Carlos Albano Volkmer de Castilho

O PAPEL DA CURADORIA NA PROMOÇÃO DO FLUXO DE NOTÍCIAS EM ESPAÇOS INFORMATIVOS VOLTADOS PARA A PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO

Tese submetida ao Programa de Pós Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPGEC) da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Doutor em Engenharia e Gestão do Conhecimento.
Orientador: Prof. Dr. Francisco Antonio Pereira Fialho
Coorientador interno: Prof. Dr. Carlos Augusto M. Remor
Coorientadora externa: Prof.ª Dr.ª Christianne C. S. Reinisch Coelho

Florianópolis
2015

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária
da UFSC.

Castilho, Carlos Albano Volkmer de Castilho
O PAPEL DA CURADORIA NA PROMOÇÃO DO FLUXO DE NOTÍCIAS EM ESPAÇOS INFORMATIVOS VOLTADOS PARA A PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO / Carlos Albano Volkmer de Castilho Castilho ; orientador, Francisco Antonio Pereira Fialho Fialho ; coorientador, Carlos Augusto M. Remor Remor. - Florianópolis, SC, 2015.
91 p.
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento.
Inclui referências
1. Engenharia e Gestão do Conhecimento. 2. Curadoria de informações. 3. Produção de conhecimento. 4. Fluxos informativos. 5. Jornalismo. I. Fialho, Francisco Antonio Pereira Fialho. II. Remor, Carlos Augusto M. Remor. III. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. IV. Título

Carlos Albano Volkmer de Castilho

O PAPEL DA CURADORIA NA PROMOÇÃO DO FLUXO DE NOTÍCIAS EM ESPAÇOS INFORMATIVOS VOLTADOS PARA A PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO

Esta tese foi julgada adequada para a obtenção do Título de Doutor e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPEGC), da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 24 de fevereiro de 2015

_____
Professor Doutor Gregório Varvakis
Coordenador do PPEGC

Banca Examinadora:

_____
Prof. Dr. Francisco Antonio Pereira Fialho
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

_____
Prof. Dr. Carlos Augusto Monguilhott Remor
Coorientador
Universidade Federal de Santa Catarina

_____
Prof.ª Dr.ª Elizabeth Nicolau Saad Corrêa
Universidade de São Paulo

_____
Prof.ª. Dr.ª Teresinha Fróes Burnham
Universidade Federal da Bahia

Prof. Dr. Nilson Lemos Lage
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.ª. Dr.ª Maria José Baldessar
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Marcio Vieira de Souza
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado a todas as pessoas que me ajudaram a desenvolvê-lo, com críticas, sugestões e incentivo nos momentos de indefinição. Em especial a Sonia Dantas Pinto Guimarães.

AGRADECIMENTOS

A coorientadora externa Prof. Christianne Coelho de Souza Reinisch Coelho é digna de um agradecimento todo especial por conta da dedicação em me orientar desde o início do trabalho e da tolerância diante das sucessivas mudanças de rumo no desenvolvimento da pesquisa. Ao professor Fialho coube o papel decisivo de me ajudar a desenvolver o foco central da tese, contribuição sem a qual eu nunca teria chegado a concluir o trabalho.

RESUMO

A curadoria de informações é uma nova área de estudo cuja importância é cada vez maior devido às consequências da combinação de dois fenômenos recentes na internet: a Avalancha Informativa e os Grandes Dados (Big Data). Ao filtrar, selecionar, agregar valor e disseminar recomendações, a curadoria contribui para aumentar a estruturação e difusão de informações e intensificar o fluxo de conteúdos necessários à produção de conhecimento. Por se tratar de uma área ainda pouco estudada foi necessário definir termos como dado, notícia, informação, conhecimento, bem como processos de curadoria de informações, fluxo de informações e espaços informativos. A curadoria de informações foi tomada como tema central do trabalho por sua função na disseminação de informações voltadas para a produção de conhecimento em comunidades de usuários. Os procedimentos metodológicos adotados no desenvolvimento do trabalho foram orientados pela Teoria Fundamentada em Dados (*Grounded Theory*) e pela obra de John Creswell sobre organização de pesquisas acadêmicas. A análise do processo de curadoria de informações partiu da coleta de dados obtidos durante seis meses de monitoramento do blog *Content Curation World*. Estes dados foram posteriormente interpretados com base nas teorias de Max Boisot, sobre fluxos informativos. A análise de 17.907 reações dos receptores às 167 postagens com recomendações do curador mostrou a relevância do papel do fluxo de dados na alimentação da produção de conhecimento numa rede social frequentada por 4.120 usuários aglutinados em torno da preocupação com a curadoria de informações.

Palavras-chave: Curadoria. Informação. Notícia. Conhecimento. Boisot.

ABSTRACT

Content curation is a brand new area of academic research whose growing relevance is the result of the combination of two interconnected processes: the information overload and the Big Data. By filtering, selecting, aggregating value and disseminating recommendations, the content curation process increases the structuring and diffusion of information and strengthens the flow of contents aiming the production of social relevant knowledge. The English academic literature uses the expression content curation while in Portuguese the equivalent is information curation. Thus we use the expression content curation in this abstract. Due to the fact that this is an area still scarcely researched, especially in Brazil, it's necessary to set up specific definitions for terms such as data, news, information, knowledge and processes like curation, information flow, news flow and information spaces. Information curation is taken as a key reference due to it's importance in the diffusion of information (recommendations) related to the knowledge production process in communities of users. The methodological procedures used in this thesis are based on the Grounded Theory and on the works of John Creswell about academic researches. The study of content curation process was based on a six month monitoring of the blog Content Curation World. The data collected was analyzed using the Max Boisot theories of information flows as a framework. The interpretation of 17.907 reactions from the receivers of the 167 recommendations posted by the curator revealed the importance of the role of data flux in the feeding of the knowledge production process inside a social network or information space defined by the blog's 4.120 users whose common interest is the content curation activity.

Keywords: Curation. Information. News. Knowledge. Boisot.

LISTA DE QUADROS

LISTA DE FIGURAS

LISTA DE GRÁFICOS

LISTA DE TABELAS

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CCW - Content Curation World
TFD - Teoria Fundamentada em Dados
EOL - Encyclopedia of Life
IoT - Internet of Things (Internet das Coisas)
URL - Unified Resource Locator / sigla que identifica o endereço de uma página Web
Li - Linked In
Tu - Tumblr
Fb - Facebook
Tw - Twitter
Wp - Wordpress
Compart autor - Compartilhamentos feitos pelo autor do blog CCW
Coment curadores - Comentários publicados por curadores de blogs integrados à rede Scoop It
Coment visitantes - Comentários de visitantes comuns ao blog CCW

GLOSSÁRIO

Dado – é uma imagem, som ou estímulo captado pelos cinco sentidos humanos, antes de serem interpretados pelo mapa mental de um indivíduo e inserido em sua memória de curto prazo.

Notícia – é um dado inédito captado pelo receptor de uma mensagem. A notícia só permanece como tal até o momento em que é interpretada e contextualizada pelo receptor, quando então se torna uma informação.

Informação - é um dado interpretado e contextualizado no mapa mental do receptor. Exemplo: uma sirene tocando é um dado. Quando interpretado e contextualizado, o som se transforma numa informação porque o associamos a um sinal de alerta.

Conhecimento – é o resultado da recombinação de informações inseridas no mapa mental de um indivíduo gerando atitudes, opiniões e decisões.

Conteúdos Informativos – Expressão usada para identificar genericamente dado, notícia, informação ou conhecimento.

Curadoria – Processo de seleção, agregação de valor (contextualização) e difusão de conteúdos informativos voltados para a produção de conhecimento.

Produção de conhecimento – processo que engloba a captação de um dado, sua conversão posterior em informação e conhecimento.

Curadoria de informações – procedimento desenvolvido por um curador para selecionar, agregar valor e disseminar uma informação ou recomendação na forma de mensagem transmitida a um indivíduo ou grupo de indivíduos. É importante notar que quando a mensagem é emitida pelo curador ela é uma informação, pois incorpora valor, mas quando é captada, ela assume características de notícia (dado inédito) pois ainda não foi contextualizada pelo receptor.

Fluxo de informações – conjunto de informações transmitidas por um emissor e que fluem dentro de um espaço informativo.

Espaço Informativo - modelo conceitual, desenvolvido por Max Boisot, onde ele relaciona o processo de conversão de um dado em informação ao seu compartilhamento numa população de agentes envolvidos na produção de conhecimento.

Capital Social – é o conjunto de relações pessoais, valores compartilhados e conhecimentos acumulados por um conjunto de indivíduos permitindo o estabelecimento de uma confiança e colaboração recíprocas. Este é o conceito adotado pelo Banco Mundial e pela Organização do Comércio e Desenvolvimento (OECD).

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO

A curadoria de informações, na modalidade praticada pela internet, é um campo de estudo e pesquisa surgido no início do século XXI quando começaram a ser sentidos os efeitos do aumento constante e exponencial no volume de dados e informações publicados na Web. Vista inicialmente como um recurso para selecionar dados inéditos veiculados pela rede mundial de computadores, a curadoria de informações deu origem, já em meados da primeira década do século XXI, a uma nova área de investigação interdisciplinar, quando pesquisadores passaram a associá-la à produção de conhecimento em redes sociais virtuais.

Por ser uma área nova na pesquisa acadêmica, a curadoria de informações enfrenta o desafio da diversidade conceitual o que torna necessário estabelecer algumas definições iniciais para situar o objeto do presente trabalho (Ver glossário na página 10). O estudo parte da perspectiva do curador, por isto adotamos o conceito de curadoria de informações, ou seja, dados selecionados, contextualizados e difundidos pelo agente emissor de mensagens na forma de recomendações.

A curadoria de informações ainda é pouco referenciada na literatura acadêmica embora seja um tema muito frequente nos fóruns e redes sociais virtuais, especialmente os relacionados ao desenvolvimento de inovações no sistema produtivo.

O exercício da curadoria de informações parte da codificação e categorização de notícias recomendadas a um grupo de usuários formadores de espaços informativos, na concepção de Boisot e Cox (1999). São redes de curadoria onde a preocupação comum com a triagem de dados funciona como agregador de comunidades de prática voltadas para a produção de conhecimento.

O estudo de um caso específico de rede de curadoria de informações mostrou como o fluxo de recombinações das reações às recomendações feitas pelo/s curador/res pode ser um indicador da intensidade da produção de conhecimento dentro do espaço informativo em questão.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Meyer-Schönberger e Cukier (2013) mostraram como a avalancha informativa pode se constituir num fator perturbador na produção de conhecimento ao tornar mais complexa a seleção e contextualização de dados.

A curadoria de informações é um dos recursos, em desenvolvimento, para amenizar os efeitos desorientadores da sobre oferta de dados gerada pela generalização do uso da digitalização e da internet. O impulso inicial para o uso da curadoria surgiu com o desenvolvimento de softwares especializados na filtragem de notícias e de dados manipulados por empresas do mercado financeiro.

A automatização da filtragem e difusão dos dados submetidos à curadoria ocorreu de forma mais rápida e intensiva do que a preocupação com a agregação de valor, criando uma lacuna no estudo do processo curatorial, especialmente na sua relação com a produção de conhecimento em comunidades sociais.

Pesquisadores como Villi (2013) afirmam que há necessidade urgente de se detalhar a relação entre curadoria de informações e o seu uso na produção de conhecimento por indivíduos ou grupos de indivíduos. O estudo da relação entre a curadoria de informações e a produção de conhecimento enfrenta uma série de obstáculos entre os quais é possível mencionar os seguintes:

a) trata-se de uma área de pesquisa muito recente onde os diferentes pesquisadores e praticantes ainda não desenvolveram um conjunto unificado de conceitos e procedimentos;

b) a tendência, motivada pela enorme expectativa de retorno financeiro rápido, de considerar a curadoria de informações basicamente como uma ferramenta utilitária e corporativa;

c) o volume, ainda insuficiente, de dados obtidos a partir do monitoramento de comportamentos humanos por meio de sensores eletrônicos. Segundo Pentland (2014), a chamada Internet das Coisas, baseada na interatividade entre sensores, gerará tal quantidade de dados que a curadoria se tornará obrigatória no estudo das relações sociais;

d) o fato da curadoria de informações ainda ser pouco valorizada por jornalistas profissionais que tendem a identificá-la com a edição de textos. Esta tendência é alimentada pela preocupação com a produção comercial de conteúdos informativos, deixando em segundo plano o papel da notícia na produção de conhecimento e geração de capital social.

1.2 PERGUNTA DE PESQUISA

Que fatores influem no fluxo de conteúdos gerados pela curadoria de informações como parte do processo de produção de conhecimento em redes sociais?

1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

Verificar como o exercício da curadoria de informações influi no fluxo das recomendações feitas por um ou mais curadores dentro de redes sociais voltadas para a produção de conhecimento.

1.3.1 Objetivos Específicos

a) mostrar como a avalancha informativa gerou a necessidade da curadoria para selecionar, contextualizar e difundir notícias;
b) caracterizar os procedimentos da curadoria de informações e sua relação com a produção de conhecimento;
c) explorar a relação entre curadoria e a circulação de notícias em espaços informativos;
d) identificar e analisar, com base em estudo de caso, os fluxos informativos produzidos pela curadoria de informações numa rede virtual formada por outros agentes processadores de dados.

1.4 INSTRUMENTOS E MÉTODOS

A escolha dos instrumentos e métodos adotados neste trabalho foi feita a partir dos seguintes elementos:
a) pressupostos teóricos;
b) natureza da pesquisa;
c) estratégia da investigação;
d) estudo de caso.

1.4.1 Pressupostos teóricos

Este trabalho tem como pressuposto teórico a concepção construtivista social de Creswell, para quem:

> [...] os indivíduos desenvolvem significados subjetivos de suas experiências...Tais significados são variados e múltiplos, levando o pesquisador a buscar a complexidade dos pontos de vista em vez de estreitá-los em algumas categorias ou ideias...A intenção do pesquisador é extrair sentido dos significados atribuídos por outras pessoas... Em

> vez de começar com uma teoria, os investigadores geram ou indutivamente desenvolvem uma teoria ou padrão de significado. (CRESWELL, 2010, p. 31).

A concepção construtivista é uma das quatro concepções filosóficas que Creswell (2010, p. 29) toma como referência para a organização de pesquisas científicas. Para o autor, a escolha de uma concepção filosófica influi na escolha dos procedimentos metodológicos, como por exemplo a opção por um procedimento qualitativo, quantitativo ou misto. As quatro concepções filosóficas mencionadas por Creswell estão no Quadro 1, a seguir:

Quadro 1 - Quatro concepções filosóficas de John Creswell.

Pós-positivista	**Construtivista**
• Determinação • Reducionismo • Observação e mensuração empíricas • Verificação da teoria	• Entendimento • Significados múltiplos do participante • Construção social e histórica • Geração de teoria
Reivindicatória/Participatória	**Pragmatista**
• Política • Capacitação orientada para a questão • Colaborativa • Orientada para a mudança	• Consequências das ações • Centrada no problema • Pluralista • Orientada para a prática no mundo real

Fonte: Creswell (2010, p. 29).

A concepção pós- positivista parte de metas pré-determinadas; a concepção construtivista se distingue das demais concepções pelo fato de adotar uma postura aberta e diversificada diante do objeto da pesquisa; a concepção reivindicatória privilegia o estudo das relações políticas e a pragmatista preocupa-se com a busca de soluções para problemas objetivos. Outra diferença chave, ainda segundo Creswell (2010), é o fato da abordagem construtivista procurar desenvolver teorias que ajudem a entender o tema pesquisado, enquanto a concepção pós-positivista procura verificar a aplicação de uma teoria, a pragmatista dá mais ênfase aos resultados concretos da aplicação de uma teoria e a

concepção reivindicatória/participativa foca nas mudanças provocadas pela aplicação concreta de uma teoria.

A escolha da concepção construtivista como paradigma para este trabalho surgiu a partir da verificação de que a curadoria de informações é uma área ainda pouco explorada do conhecimento humano, situação na qual o pesquisador, na falta de parâmetros teóricos consolidados, necessita identificar significados a partir dos quais são gerados constructos capazes de permitir a ampliação do conhecimento da realidade social.

A preocupação com o estudo dos constructos para entender o papel da curadoria na produção de conhecimento levou à concepção construcionista de Seymur Papert, que pesquisou o papel dos computadores nos processo de aprendizagem e cognição da realidade social. Papert (2002) propõe que os equipamentos eletrônicos são uma ferramenta para desenvolver as habilidades e capacidade de julgamento necessárias para usar o conhecimento de forma sábia e crítica.

O construcionismo, por sua vez, engloba uma subcategoria denominada construcionismo distribuído, criada por Resnick (1996), que explora os procedimentos de pesquisa voltados para o estudo de constructos sociais desenvolvidos por grupos, institucionalizados ou não, de pesquisadores como, por exemplo, os especialistas em ciências da computação e em ciências da cognição.

As concepções construtivista, de Creswell (2010), e construcionista, de Papert (2002), condicionaram a opção pela Teoria Fundamentada em Dados (*Grounded Theory*) como procedimento metodológico adotado no desenvolvimento deste trabalho. Ambas concepções apresentam uma sinergia com a Teoria Fundamentada em Dados (TFD) na medida em que priorizam a pesquisa da realidade a partir de uma visão ampla e diversificada.

O presente trabalho parte da constatação de que estamos vivendo uma quebra de paradigmas no processo de transição de um contexto social, econômico, político, cultural e tecnológico baseado em procedimentos mecânico/industriais para outro contexto marcado pela coexistência de sistemas analógicos e digitais/pós-industriais. (MELUCCI, 1996).

A quebra de paradigmas ocorre num contexto ainda pouco explorado e extremamente dinâmico. Nestas condições torna-se necessário tomar como ponto de partida os dados da realidade para entender e conceituar os novos fenômenos, processos e sistemas sociais, especialmente no ambiente digital. A curadoria de informações está situada dentro deste contexto.

1.4.2 Natureza da pesquisa

O trabalho de pesquisa é de natureza mista, segundo definição de Creswell (2010, p. 238), porque está apoiado numa combinação de procedimentos metodológicos. Ainda segundo o mesmo autor, os métodos mistos ganharam relevância com o aumento da interdisciplinaridade e da complexidade dos temas pesquisados, especialmente nas áreas da comunicação e produção de conhecimento. Para Creswell (2010), a pesquisa mista apresenta as seguintes características:

a) combina numa mesma pesquisa elementos qualitativos com quantitativos ao explorar tanto problemas teóricos como a preocupação em avaliar a realidade com base no levantamento de dados mensuráveis;

b) uma pesquisa mista atende às exigências de um trabalho multidisciplinar no campo das ciências sociais aplicadas ao estabelecer uma relação dinâmica entre a observação e medição de dados quantitativos e a busca de explicações teóricas para os resultados quantitativos obtidos. (CRESWELL, 2009, p. 238-239);

c) a natureza mista é coerente com a opção pela Teoria Fundamentada em Dados (TFD) como procedimento metodológico, ao relacionar a postura teórica e prática ao longo de todo o trabalho de pesquisa;

d) a pesquisa mista pode trabalhar sequencialmente os aspectos qualitativos e quantitativos, ou abordá-los de forma simultânea e integrada;

e) a coleta de dados e informações é realizada no ambiente natural, ou seja, no ambiente onde os casos estudados estão inseridos, com interatividade direta entre pesquisador e entrevistados ou sujeitos da ação;

f) análise de dados baseada num processo indutivo, ou seja, o pesquisador desenvolve o seu próprio conjunto de códigos e categorias para desenvolver o trabalho, partindo da realidade concreta;

g) a natureza exploratória da pesquisa lhe confere características de imprevisibilidade nos resultados e não linearidade no desenvolvimento da investigação (CRESWELL, 2010, p. 217); exigindo do pesquisador um constante processo de verificação dos resultados da pesquisa teórica.

1.4.3 Estratégia da investigação

Para manter a coerência com as opções pela natureza mista e pelos procedimentos metodológicos recomendados pela Teoria Fundamentada em Dados, escolhemos a estratégia exploratória sequencial, segundo concepção de Creswell (2010, p. 248):

a) a estratégia exploratória sequencial estabelece uma sequência entre a abordagem teórica qualitativa e a coleta de dados (quantitativa). No presente trabalho decidimos iniciar pela exploração teórica para permitir uma avaliação global do campo da pesquisa, seguida por um estudo de caso;

b) segundo Creswell (2010), ordenamento sequencial é especialmente adequado para as pesquisas em que o objetivo é estudar um fenômeno ou processo novo sobre o qual há pouca informação ou experiências prévias;

c) etapas básicas da coleta de dados qualitativos:

– revisão da literatura por meio de pesquisa no portal de periódicos da CAPES e pelo seguimento das fontes usadas por autores de referência no campo da curadoria de informações;

– identificação de percepções sobre o processo de curadoria de informações a partir de entrevistas com jornalistas, professores de jornalismo, pesquisadores da cognição e especialistas em gestão do conhecimento;

– codificação e categorização das informações obtidas pelas entrevistas segundo os procedimentos metodológicos da Teoria Fundamentada em Dados[1];

d) etapas básicas da coleta de dados quantitativos:

– desenvolvimento de critérios para a seleção de um estudo de caso, a partir dos elementos fornecidos pelas entrevistas realizadas;

– escolha de um projeto de curadoria de informações para desenvolvimento de estudo de caso segundo os princípios estabelecidos por Yin (2013).

e) interpretação dos dados qualitativos e quantitativos.

1.4.3.1 Revisão da literatura

[1] Ver item 1.4.3.2.1 Teoria Fundamentada em Dados.

A primeira abordagem do tema curadoria de informações surgiu a partir da leitura de um livro eletrônico brasileiro, dois artigos publicados em revistas acadêmicas internacionais, uma página web e um livro, ambos estrangeiros.[2]

O passo seguinte foi realizar uma revisão da literatura existente sobre o tema no portal de periódicos da CAPES usando palavras chaves como "curadoria", "curation", "curadoria de notícias", "*news curation*", "*content curation*" e "comunidades de curadoria".

Na primeira busca realizada no portal de periódicos da CAPES, realizada em novembro de 2013, as palavras chaves em português apresentaram resultados pouco significativos. A busca usando termos em inglês forneceu resultados mais numerosos. Situação similar resultou de buscas feitas no Google Acadêmico, tanto em português como em inglês. Os resultados obtidos na pesquisa realizada no mesmo período indicaram 60 resultados para a busca pela expressão "*news curation*" e quatro resultados para a expressão curadoria de notícias, ambos no Google Acadêmico.

Diante da inovação constante e do surgimento de novos projetos de curadoria de informações, foi feita uma segunda revisão da literatura para verificar a evolução da pesquisa acadêmica durante a elaboração do presente trabalho. A segunda revisão foi feita em 14 de outubro de 2014 e apresentou os resultados incluídos no Quadro 2.

Quadro 2 - Revisão bibliográfica realizada em 14 out. 2014.

[2] O livro foi *A Curadoria Digital e o Campo da Comunicação*; os artigos foram: *Trends in Distributed Curatorial Technology to Manage Data Deluge in a Networked World e Citizen Journalism and Democracy: How User Generated Content Use and Participation Relate to Political Knowledge;* a página foi a *Scoop* e o livro foi *Curation Nation* (todos estão listados na bibliografia).

Base Scopus/Elsevier – todo tipo de documento desde 2000 até hoje / categoria: social sciences / um artigo encontrado para a busca “news curation”/

Base Scopus/Elsevier - todo tipo de documento desde 2000 até hoje / categoria: social sciences / oito documentos encontrados para a busca “content curation”/

Base Scopus/Elsevier - todo tipo de documento desde 2000 até hoje / categoria: social sciences / cinco documentos encontrados para a busca “curation communities”/

Base Scielo – pesquisa integrada / palavra chave: “curadoria de notícias” / Brasil / Ciências sociais aplicadas / artigos / zero resultados

Base Scielo – pesquisa integrada / palavra chave “curadoria de notícias “ / regional / Ciências Sociais aplicadas / artigos /zero resultados

Base Scielo – pesquisa integrada / palavra chave “comunidades de curadoria“ / regional / Ciências Sociais aplicadas / artigos / zero resultados

Fonte: Elaborado pelo autor.

Como muitos artigos listados nas buscas citavam blogs e páginas web pessoais foi feita uma busca no site especializado DuckDuckGo, onde foram identificados 162 resultados para a expressão “*news curation*” e um resultado para a expressão curadoria de informações. Estes dados levaram à constatação de que o tema curadoria de informações é mais abordado em fontes não acadêmicas na internet do que na literatura acadêmica. Também mostrou que atrai mais a atenção de pesquisadores estrangeiros do que brasileiros.

Por isto decidiu-se usar as referências bibliográficas citadas nas publicações que serviram de base para o início da pesquisa. Os trabalhos

e fontes não acadêmicas foram acessados na internet e submetidos a uma codificação para identificação de ideias chaves. Diante da escassez de bibliografia acadêmica foi usado o recurso de pesquisar a bibliografia usada pelos autores tomados como referência neste trabalho e a partir das fontes citadas buscar mais referências sobre o tema pesquisado.

1.4.3.2 Seleção de abordagens

O desenvolvimento da pesquisa para este trabalho baseou-se na combinação de duas das cinco abordagens sugeridas por Creswell: narrativa, fenomenologia, etnografia, estudo de caso e teoria fundamentada em dados (CRESWELL, 2010, p. 210).

Optamos pela combinação do uso da TFD (Teoria Fundamentada em Dados – *Grounded Theory*) com o desenvolvimento de um estudo de caso. A escolha pela combinação de abordagens foi motivada pelo fato de que a curadoria de informações é uma atividade pouco pesquisada e que ainda não desenvolveu processos capazes de sistematizar o seu exercício.

1.4.3.2.1 Teoria Fundamentada em Dados (TFD)

A TFD orientou a codificação dos dados obtidos por meio de entrevistas abertas individuais com o objetivo de identificar percepções sobre o conceito, práticas e aplicações da curadoria de informações.

A identificação de percepções nas entrevistas e na pesquisa bibliográfica permitiu verificar a diversidade de conceitos, rotinas e aplicações da curadoria de informações a partir da realidade pesquisada.

A codificação de percepções sobre avalancha informativa, filtragem de informações, agregação de valor (contextualização) e difusão (distribuição de conteúdos para recombinação por indivíduos ou comunidades sociais) de informações serviu de base para categorizar conceitos, práticas e aplicações da curadoria de informações.

Após a codificação básica das respostas de cada entrevistado, foi feita a categorização coaxial ou transversal (cruzamento das codificações de cada entrevista) para estabelecer categorias seletivas a partir das quais foram construídas hipóteses que orientaram o estudo de caso. (GOULDING, 1999; YIN, 2001, p. 27).

1.4.3.2.1.1 Coleta de dados e entrevistas

A identificação de percepções sobre a curadoria de notícias feita por meio de entrevistas individuais foi realizada a partir da seleção de um grupo de cinco entrevistados[3]. Foram selecionados dois jornalistas e comunicadores; dois professores e pesquisadores; e dois curadores.

Os entrevistados foram selecionados com base nos seguintes critérios:

a) multiplicidade de funções exercidas no campo da comunicação social;
b) diversidade de visões de mundo;
c) experiência profissional;
d) prática de diferentes modalidades de curadoria;
e) aceitação das condições para o desenvolvimento das entrevistas.

Características das entrevistas:

a) entrevistas abertas sem limitação de tempo;
b) quatro perguntas iniciais para orientação dos entrevistados;
  – como você lida com a avalancha informativa?
  – o que lhe vem à mente quando é mencionada a expressão "curadoria de informações"?
  – você acha que "curadoria", "edição", "filtragem" e 'recomendação" podem ser considerados sinônimos?
  – quais os requisitos básicos para exercer a curadoria, edição ou recomendação?
c) todas as entrevistas foram gravadas, com autorização dos entrevistados e consentimento de divulgação em trabalho acadêmico;
d) a ampla distribuição geográfica dos entrevistados, e em alguns casos questões de agenda, tornaram necessário o uso da tecnologia skype;
e) as respostas foram gravadas com autorização dos entrevistados para fins de codificação.

1.4.3.2.2 Estratégia utilizada no estudo de caso

[3] Os entrevistados foram: Luiz Egypto (jornalista e professor), Carlos Eduardo Lins da Silva (jornalista e professor), Robin Good (curador de notícias), Rogério Christofoletti (professor de jornalismo), Augusto dos Anjos (curador de conteúdos em redes virtuais) e Mark Deuze (pesquisador e professor).

Yin (2001, p. 32) define a estratégia do estudo de caso num projeto de pesquisa como: “Uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.”

Yin (2001, p. 19) afirma também que este tipo de estratégia de pesquisa é recomendável quando:

a) as respostas às perguntas como e por que são relevantes para o desenvolvimento da pesquisa;

b) o pesquisador tem pouco controle sobre os fatos e eventos em observação;

c) o tema central da pesquisa está situado no contexto de fenômenos da vida real contemporânea.

Um estudo de caso pode ser desenvolvido de forma descritiva, exploratória ou explanatória. A forma descritiva foca na apresentação de dados quantitativos para caracterizar o objeto de estudo. A explanatória explica as razões e origens do tema pesquisado, enquanto a exploratória tem um foco mais amplo porque se preocupa em identificar a natureza do objeto do estudo situando-o num contexto específico. Segundo Yin (2001) os formatos adotados na estratégia do estudo de caso não são excludentes. Muitas vezes são complementares e inter-relacionados.

O autor visualizou as principais diferenças entre as estratégias de pesquisa por meio do Quadro 3, a seguir:

Quadro 3 - Diferencial do estudo de caso em relação a quatro outras estratégias de pesquisa.

estratégia	forma da questão de pesquisa	exige controle sobre eventos comportamentais?	focaliza acontecimentos contemporâneos?
experimento	como, por que	sim	sim
levantamento	quem, o que, onde, quantos, quanto	não	sim
análise de arquivos	quem, o que, onde, quantos, quanto	não	sim/não
pesquisa histórica	como, por que	não	não
estudo de caso	como, por que	não	sim

Fonte: Yin (2001, p. 24).

No caso do presente trabalho, a escolha foi o formato exploratório segundo a definição de Yin (2001, p. 19). A opção segue a lógica dos princípios adotados nos pressupostos teóricos (construtivismo social e construcionismo) e nos procedimentos metodológicos (Teoria Fundamentada em Dados) deste trabalho.

1.4.4 Perfil do pesquisador

Por se tratar de uma pesquisa que envolve observação e interação com entrevistados, Creswell afirma que o perfil do pesquisador é um elemento importante na avaliação dos pressupostos, opções e estratégias adotadas nos procedimentos metodológicos deste trabalho (CRESWELL, 2010, p. 211).

O autor deste trabalho tem 45 anos de experiência na prática do jornalismo profissional em jornais, rádios, televisão e internet, no Brasil e no exterior. Exerceu também cargos de consultor de comunicação para a União Europeia na América Central entre 1994 e 1996. É bacharel em Comunicação Social/Mídias Eletrônicas (2002-2006 /ASSESC/Estácio-SC) e mestre em Mídias do Conhecimento pelo Departamento de Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC), da UFSC, onde defendeu, em 2009, a dissertação O PROCESSO COLABORATIVO NA PRODUÇÃO DE INFORMAÇÕES: GÊNESE, SISTEMAS E POSSÍVEIS APLICAÇÕES NO JORNALISMO COMUNITÁRIO. Foi professor de mídias digitais em cursos de graduação das Faculdades ASSESC/Estácio, em cursos de pós-graduação *lato sensu* na Universidade Tuiuti (Paraná), na Faculdade SATC (Criciúma), Instituto Superior de Comunicação (ISCOM-Florianópolis), Faculdade IBES (Blumenau) e professor em cursos a distância de jornalismo online, no Centro Knight, da Universidade do Texas. É membro da direção do Observatório da Imprensa (São Paulo), onde publica desde 2005 o blog Código Aberto[4]. Foi consultor da UNESCO no Brasil em 2009 e no Equador em 2014.

O exercício do jornalismo lhe deu um conhecimento direto dos processos, normas, estratégias, valores e papel da imprensa. Esta experiência serviu de base empírica para o desenvolvimento da análise

---

[4] CASTILHO, Carlos. Código Aberto. **Observatório da Imprensa**. São Paulo: Projor - Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo - UNICAMP, 2015. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/blogs/show/codigo-aberto>. Acesso em: 2014.

da crise de rotinas e valores no jornalismo e do modelo de negócios adotado pela imprensa tradicional. A prática da consultoria gerou conhecimentos sobre relações entre jornalistas e o público. O posicionamento como observador crítico da imprensa e da transição do jornalismo para o ambiente digital contribuiu para desenvolver a filtragem e contextualização de dados, fatos e eventos num contexto de sobre oferta informativa.

1.5 INEDITISMO

Os dados obtidos na revisão da bibliografia apontam a inexistência, até a data da conclusão desta pesquisa, de trabalhos sobre análise dos fluxos de dados na curadoria de informações orientada para a produção de conhecimento.

1.6 ESCOPO

O presente trabalho não pretende modelar uma plataforma para o exercício da curadoria de informações. Constata a amplitude e diversidade das aplicações da curadoria, mas limita-se a estudar a sua utilização no campo das notícias (dados inéditos não contextualizados pelo receptor) dentro do processo da comunicação social. Não trata da utilização econômica da curadoria e também não aborda em detalhes os processos mentais e psicológicos vinculados à conversão de informações recomendadas por curadores em conhecimento.

1.7 ADERÊNCIA E CARACTERIZAÇÃO MULTIDISCIPLINAR

O presente projeto é de natureza multidisciplinar porque a ‘curadoria de informações’ combina questões tecnológicas (uso de algoritmos para seleção, agregação de valor e difusão de dados, fatos e eventos); comunicacionais (processos e procedimentos midiáticos), gerenciais (administração de conteúdos e gestão de comunidades sociais voltadas para a produção de conhecimento), cognitivos (recombinação de informações) e de geração de conhecimento socialmente relevante (produção de capital social em comunidades). Estes elementos conferem à curadoria de informações a condição de atividade intensiva do conhecimento.

Estas características multidisciplinares inserem o presente trabalho dentro dos objetivos e área de pesquisa do Departamento de Engenharia, Gestão e Mídias do Conhecimento (EGC). A curadoria de

informações é, por natureza, um elemento componente da produção de conhecimento porque situa-se na etapa inicial deste processo ao selecionar, contextualizar e difundir dados e informações contribuindo para a maior eficácia do trabalho de pesquisadores acadêmicos, especialmente em situações de avalancha informativa.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA DA PESQUISA

Para entender as origens, natureza, prática e desdobramentos da questão de curadoria de informações tornou-se indispensável situá-la num contexto histórico, ontológico e disciplinar. Esta preocupação é relevante porque se trata de uma área nova de pesquisas, cujas fronteiras, objetivos, práticas e conceitos ainda são imprecisos. A contextualização do tema de pesquisa inclui os seguintes subtemas:

a) avalancha informativa – caracterização e consequências;
b) notícia e informação – natureza e relação com a curadoria;
c) conhecimento – teorias e relação com a curadoria.

2.1 AVALANCHA INFORMATIVA

Uma pesquisa sobre a sigla EGC [5] no mecanismo de busca Google, realizada às 15 horas do dia 17 out. 2014 indicou 10.100.000 resultados[6]. Quem gastar um minuto para ler cada um destes resultados precisaria de 38,4 anos, trabalhando 12 horas por dia, sete dias da semana, para conferir todos os resultados. Tarefa obviamente inviável e que mostra os paradoxos gerados pelo volume de dados inseridos na internet.

A avalancha informativa provocada pela combinação da digitalização e da internet afeta o quotidiano dos indivíduos bem como a estrutura de produção de bens e serviços nos grandes conglomerados humanos. A digitalização de dados permitiu a ampliação do processamento de bytes e bits dando origem ao fenômeno dos Grandes Dados (Big Data), uma nova área de estudos surgida no contexto da avalancha informativa.

Segundo Meyer-Schönberger e Cukier (2013), trata-se do processamento de grandes volumes de dados produzidos por sensores,

---

[5] Sigla do Departamento de Engenharia e Gestão do Conhecimento, da Universidade Federal de Santa Catarina.

[6] Os resultados fornecidos pelo Google variam constantemente. Uma pesquisa idêntica realizada em 4 jan. 2015 apontou 9.600.00 resultados para a expressão EGC.

compostos por um ou mais microprocessadores, instalados em equipamentos e mais recentemente também em seres humanos. Segundo a empresa Cisco num informe citado por Tucker (2014), em 2013 existiam 13 bilhões de sensores interconectados pela internet em todo o mundo. A previsão para o ano 2020 é de que este número suba para 50 bilhões, ainda segundo o informe da Cisco.

Os Grandes Dados tornaram-se a base para estudos sobre fluxo de ideias e produção de novos conhecimentos a partir do monitoramento, via sensores eletrônicos, do comportamento humano, dando origem ao que Pentland (2014, p. 204) denominou de "física social".

2.1.1 Histórico da avalancha informativa

Em 1989, o arquiteto e designer gráfico norte-americano Richard Saul Wurman, incluiu no seu livro *Ansiedade de Informação II* a polêmica afirmação de que "[...] uma edição diária do jornal *The New York Times* publica mais conteúdos do que toda a informação que um cidadão inglês no século XVII poderia absorver ao longo de toda a sua vida."

Wurman (2005), o criador da expressão "Arquitetura da Informação", nunca explicou em detalhes como conseguiu calcular o volume de informação disponível por uma pessoa, 400 anos atrás, mas, apesar disto, sua comparação acabou reproduzida mais de 200 vezes por outros autores[7] e se tornou um lugar comum na literatura sobre o fenômeno conhecido por avalancha informativa.

As referências aos efeitos da avalancha informativa não são novas. Sócrates, 500 anos antes da era cristã, já advertia sobre o excesso de informação e recomendava que as pessoas evitassem a escrita porque ela "[...] destrói a memória e debilita a inteligência." (Platão, 360 A.C.)[8]

Quase mil e duzentos anos depois, o suíço Konrad Gesner, voltou a alertar contra o que classificou de "[...] confusa e perigosa multiplicação de livros." (BLAIR, 2003). Gesner entrou para a história como o primeiro homem a tentar organizar o crescimento da produção informativa. A solução de Gesner ficou conhecida como Bibliotheca Universalis.

---

[7] Cf. Declarações de Richard Wurman ao escritor Charles Mann e reproduzidas num artigo publicado pela revista *Atlantic* no exemplar de setembro de 1998. Disponível em: <http://www.theatlantic.com/past/docs/issues/98sep/copy3.htm>. Acesso em:: 17 jul. 2013.

[8] Citação recolhida do texto Phaedrus, escrito por Platão onde ele reproduz um diálogo entre Sócrates e Phaedrus, publicado na série Internet Classics, do MIT. Disponível em http://classics.mit.edu/Plato/phaedrus.html Acesso em: 17/7/2014

Mais cinco séculos e entramos na era digital onde estudos apontam que a produção de dados em todo o planeta desde 1980 supera tudo aquilo que a humanidade produziu ao longo dos últimos cinco milênios. Esta informação está contida num relatório produzido pela empresa Reuters, segundo o qual, no ano 2000, mil novos livros eram publicados diariamente em todo mundo e que este total dobraria a cada cinco anos. Tomando este indicador como referência poder-se-ia afirmar que em 2015 estarão sendo publicados cerca de oito mil livros diários nas versões impressa e digital.[9]

A avaliação da quantidade de dados publicados na internet, em particular da World Wide Web (interface visual da internet, mais conhecida como Web), torna-se mais complexa ao se levar em conta a existência da chamada web invisível, formada por bancos de dados com acesso limitado por senhas e que são inalcançáveis pelos sistemas de monitoramento da web aberta como os usados pelo site de buscas Google e outros similares. Bergman (2000) sugere que a web invisível seja entre 400 a 500 vezes maior do que a web aberta, embora este cálculo deva ser considerado estimativo.

As estatísticas sobre produção de dados e informações não param de crescer e já assumiram números tão fantásticos que eles perderam significado real pela dificuldade de representá-los em figuras ou exemplos palpáveis. A avalancha informativa tornou-se um fato inquestionável, a ponto da preocupação em quantificá-la ter se reduzido consideravelmente, dada a dificuldade em se chegar a números exatos. Paralelamente, aumentaram os estudos sobre suas consequências e principalmente sobre como administrar a avalancha informativa.

Uma pesquisa no *Google*, realizada no dia 17 out. 2014 produziu 36.900 resultados com as palavras-chavee "*managing information overload*" (gestão da avalancha informativa). No *Google Scholar* (na mesma data), foram registrados 635 documentos, contendo referências à expressão "*managing information overload*". Em março de 2013, a livraria virtual Amazon tinha em venda 11 publicações contendo no título a expressão *Information Overload*.[10] (Avalancha Informativa). Em

---

[9] Calculo feito pelo autor.

[10] Os títulos eram os seguintes:

– *Information Overload: A System for Better Managing Everyday Data*;

– *Managing Information Overload (The Worksmart Series);*

– *How To Deal With Information Overload And Become Dramatically More Productive?;*

– *Information Overload: An International Challenge for Professional Engineers and Technical Communicators;*

– *Managing Information: Avoiding Overload (CIMA Pilot Papers);*

outubro de 2014, a mesma livraria virtual já apontava um total de 2.830 livros contendo referência à mesma expressão em títulos de livros, *papers*, artigos em revistas e manuais.

2.1.2 O fenômeno *Big Data*

O crescimento constante do acervo de dados digitalizados assumiu tal proporção que os pesquisadores e desenvolvedores de bancos de dados criaram o termo Big Data (Grandes Dados) para expressar o sistema formado por quantidades enormes de informação e pelas possibilidades de recombinação entre as mesmas.

O fenômeno dos Grandes Dados está estreitamente associado ao poder de processamento de algoritmos e da capacidade técnica de engenheiros e curadores para programá-los segundo as necessidades de cada projeto. Esta combinação de eletrônica e fator humano, segundo Meyer-Schönberger e Cukier (2013, p. 2), tornou-se possível pelo desenvolvimento de programas que, por exemplo, registram, em tempo real, o desenvolvimento de uma grande epidemia de gripe, com base nas consultas feitas por internautas no sistema de buscas Google.

Os dois autores afirmam que o fenômeno dos Grandes Dados está alterando os paradigmas de interpretação da realidade na medida em que processos baseados na casualidade são substituídos pelo estabelecimento de correlações entre os dados processados por algoritmos.

Meyer-Schönberger e Cukier (2013) assinalam que o relativismo (ausência de verdades absolutas) e o conexionismo (interconexão de sistemas e fenômenos) no contexto informativo contemporâneo fazem da curadoria a principal ferramenta para reduzir os efeitos da incerteza e especificar correlações numa perspectiva personalizada.

Pentland (2014, p. 177) afirma que a sociedade da era digital está ingressando num período turbulento provocado pela falência dos paradigmas tradicionais por conta da superoferta de informações e da interatividade interpessoal em tempo real e em escala planetária.

– *Managing Information Overload, The Age Of Annoyance: Managing Our Frustrations With Information Overload;*
– *Guide to Managing Information Overload in a Social Media World,;*
– *Managing Information Overload -- Knowledge Management Starts With Data;*
– *Information overload: managing intelligence technologies;*
– *Managing Workplace Chaos: Workplace Solutions for Managing Information, Paper, Time, and Stress;*
– *Drinking from the Firehose: Managing Your Information Overload.*

Segundo o autor, trata-se de fenômenos novos que lançaram as pessoas num ambiente informativo de dimensões internacionais e estão substituindo os paradigmas tradicionais do mercado, como espaço para transações econômico/financeiras, e da estrutura política partidária, como espaço para expressão e participação democrática.

> Para entender o nosso novo mundo, nós devemos ampliar ideias familiares sobre economia e política para incluir os efeitos de milhões de indivíduos aprendendo uns dos outros, influenciando-se mutuamente na formação de opiniões. Não podemos mais pensar como indivíduos que tomam decisões de forma cautelosa; somos obrigados a incluir em nossas decisões individuais os efeitos da dinâmica social que gera bolhas econômicas, revoluções políticas e a economia da internet. (PENTLAND, 2014, p. 185).[11]

2.1.3 *Reality mining* e laboratórios vivos

O fenômeno dos Grandes Dados forma o ambiente no qual estão sendo desenvolvidos estudos com a utilização intensiva de sensores eletrônicos para estudos do comportamento humano. A maioria destes estudos está sendo realizada em instituições como o Laboratório de Mídias (Media Lab) do Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), nos Estados Unidos.[12]

Os dados recolhidos configuram o que Alex Pentland chamou de "garimpagem da realidade" (*reality mining*) e servem de base para o desenvolvimento dos conceitos de física social e de "laboratórios vivos" (*living laboratories*). Para o autor, a física social é:

> [...] uma ciência social quantitativa que descreve, por um lado, conexões matemáticas confiáveis

[11] Tradução feita pelo autor.

[12] AGUILERA, Paula et al. **MIT Media Lab**. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 1996-2015. Disponível em: <http://www.media.mit.edu/>. Acesso em: 2014.

> entre a comunicação e fluxos de ideias, e por outro o comportamento de seres vivos. A física social ajuda a entender como as ideias fluem de um indivíduo para outro, através de mecanismos de aprendizado social e como este fluxo de ideias acaba conformando as normas, a produtividade e a criatividade em nossas empresas, cidades e comunidades. (PENTLAND, 2014, p. 210).

A garimpagem da realidade por meio do uso de sensores implantados em seres humanos tende a expandir de forma ainda mais rápida e vertiginosa a quantidade de dados sobre ações humanas, colhidos sem a interferência de percepções pessoais. Não são as pessoas opinando e descrevendo o que fazem, mas sim o registro eletrônico direto do que foi feito. O conjunto destes dados serve de base para a produção de modelos matemáticos que permitem mostrar de forma gráfica os fluxos de ideias no interior de grupos sociais. Este processo foi denominado de física social, uma analogia com a física tradicional, que estuda os fluxos de energia. (PENTLAND, 2014, p. 204).

2.1.4 Ansiedade informativa

Enquanto a teoria dos Grandes Dados monopoliza a atenção dos especialistas em ciências da computação, a ansiedade informativa passou a ser a grande preocupação de quem consome informação, seja como um cidadão comum, seja como um gestor de conhecimento, segundo Wurman (2005).

O mesmo autor relacionou cinco fatores como os principais causadores do que ele qualificou de “Ansiedade Informativa”:

a) falta de condições para assimilar a informação;
b) sensação de sufocamento pelo volume de informação a ser assimilada;
c) desconhecer a existência de uma determinada informação;
d) não saber onde achar uma determinada informação;
e) saber onde está a informação, mas não saber como capturá-la.

Girard e Allison (2008) pesquisaram a ansiedade informativa para verificar se ela corresponde a uma realidade, ou não passa de uma fábula ou falácia. Os dois pesquisadores não formulam uma resposta definitiva, pois reconhecem que o tema incorpora uma forte dose de subjetivismo, mas constataram que a ansiedade é particularmente forte entre setores intermediários dos profissionais da informação, nos Estados Unidos.

Os profissionais da informação, segundo o estudo *Information Overload and the Information Professional* (BASEX, 2012) são os que mais sofrem os efeitos da sobre oferta de informações porque sobre eles recai a responsabilidade de separar o joio do trigo em matéria de dados, fatos e notícias. Os profissionais da informação, entre eles curadores de conteúdo e jornalistas, constituíam em 2012 um contingente de 78,6 milhões de trabalhadores norte-americanos e europeus, quase todos eles desempenhando funções na indústria, gestão e transmissão do conhecimento. (BASEX, 2012, p. 2).

No ano 2000, o professor de ciências da computação Peter Lyman e o economista Hal Varian publicaram o relatório *How Much Information* no qual afirmam que:

> Não há dúvidas de que estamos todos nos afogando num mar de informação. O desafio é aprender a nadar neste mar, em vez de nos afogar nele. Mais conhecimentos e melhores ferramentas são desesperadamente necessários para que possamos usufruir todas as vantagens da crescente produção de informações. (LYMAN; VARIAN, 2003).[13]

Entre todos os profissionais da informação, segundo o professor holandês Mark Deuze (2007), os jornalistas são especialmente vulneráveis à ansiedade informativa não só pelo fato da avalancha informativa estar mudando drasticamente todas as técnicas e valores da sua atividade, como também pela sua participação na produção da agenda pública de debates. Ainda segundo Deuze (2007), as grandes empresas jornalísticas estão pouco adaptadas para lidar com a complexidade informativa devido ao seu esquema industrial de produção noticiosa.

2.1.5 A curadoria e a avalancha informativa

---

[13] Tradução feita pelo autor a partir da versão digital do texto original inserido nas conclusões do resumo executivo do informe **How Much Information**: *It is clear that we are all drowning in a sea of information. The challenge is to learn to swim in that sea rather than drown in it. Better understanding and better tools are desperately needed if we are to take full advantage of the ever-increasing supply of information described in this report*.

Os fenômenos da Avalancha Informativa, dos Grandes Dados e da Física Social sinalizam alguns elementos que começam a caracterizar o ambiente informativo da sociedade contemporânea. É neste ambiente que a curadoria de informações passa a ocupar um papel relevante no processo de transformação de dados, fatos, notícias e eventos em recomendações capazes de gerar conhecimento.

A curadoria de informações é um processo de filtragem, seleção, agregação de valor e disseminação que integra o esforço mundial para desenvolver sistemas de gestão de conteúdos cujo principal objetivo é filtrar dados visando sua conversão em conhecimento explícito. Utilizamos aqui os conceitos desenvolvidos por Leite (2007) com base nos trabalhos de Davenport e Prusak (1999). Leite estudou a transformação de conhecimento tácito em explícito na pesquisa científica e afirma que essa conversão necessita obrigatoriamente da comunicação sem a qual o tácito não pode assumir uma forma estruturada para ser transmitido.

O desenvolvimento de softwares voltados para a filtragem e recomendação é um campo de pesquisa e desenvolvimento em acelerada expansão, tanto que em 2011 os grandes conglomerados comerciais, industriais, financeiros e de serviços investiram 16,6 bilhões[14] de dólares no desenvolvimento de sistemas de filtragem, contextualização e recomendação de notícias jornalísticas para uso em operações de marketing. Oitenta e dois por cento destes conteúdos foram produzidos para processamento de notícias e informações publicadas na Web e voltadas para atividades empresariais.

A seleção, agregação de valor e disseminação de informações já é um fenômeno consolidado no segmento corporativo porque permite a economia de recursos financeiros graças ao uso intensivo de algoritmos. É também altamente atrativo para as empresas porque permite que elas se dirijam diretamente aos seus clientes e *stakeholders* (jargão corporativo para designar as partes interessadas num negócio), sem necessidade de depender da propaganda paga e da mediação da imprensa.

Quase todos os grandes jornais norte-americanos estão envolvidos, em maior ou menor escala, na produção de sistemas gestores de conteúdos informativos voltados para o marketing

---

[14]WILSON, Denis et al. New Survey Shows Custom Content Market Spend at $40.2 Billion. **Publishing**: Executive. Philadelphia: NAPCO Media, 2015. Disponível em: <http://www.pubexec.com/article/new-survey-shows-custom-content-market-spend-402-billion/1>. Acesso em: 2014.

corporativo. O *The New York Times*, por exemplo, contribuiu com cinco milhões de dólares num financiamento total de 15 milhões de dólares dados a *NewsCred*[15], uma empresa que usa algoritmos e jornalistas para produzir informações que serão inseridas na política de marketing de empresas.

As maiores empresas de internet também investem na gestão de conteúdos noticiosos. A *Yahoo!* comprou, em março de 2013, a empresa *Summly* [16] para desenvolver conjuntamente um sistema a base de algoritmos curadores para produzir resumos de artigos relacionados a interesses selecionados por usuários. Essa tendência está sendo estimulada pelos seguintes fatores:

a) o agravamento da crise do modelo de negócios da imprensa convencional, especialmente no setor dos jornais e revistas, provocada pela perda de valor da notícia como mercadoria trocável por publicidade paga;

b) a migração de leitores, especialmente os mais jovens, para páginas noticiosas online;

c) a evasão de anunciantes para a internet onde a publicidade é mais barata.

A crise dos jornais os obrigou a reduzir despesas, o que comprometeu sua credibilidade ante os leitores, que já sentiam os efeitos da desorientação noticiosa gerada pela avalancha informativa. O cidadão comum passou a depender cada vez mais de recomendações para obter notícias confiáveis. (DEUZE, 2007).

A combinação da crise na imprensa e a avalancha informativa criou condições para que a curadoria de informações passasse a integrar recursos tecnológicos como algoritmos com as habilidades e as competências de curadores. Os jornalistas, por treinamento e experiência, estão entre os indivíduos mais capacitados a desenvolver a curadoria de informações porque dispõem dos conhecimentos necessários para identificar a relevância, pertinência e confiabilidade de dados, fatos, eventos e notícias. Além disso tem capacitação profissional para formatar conteúdos informativos visando a maximização da sua comunicabilidade.

2.2 DADO, NOTÍCIA, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

---

[15] **NewsCred**. New York: NewsCred, 2015. Disponível em: <http://www.newscred.com>. Acesso em: 2014.

[16] D'ALOISIO, Nick et al. **Summly Inc**. New York: Apple Inc., 2012. Disponível em: <http://www.summly.com>. Acesso em: 2014.

2.2.1 A Era da Informação

No seu livro *Information: A History, a Theory, a Flood*, Gleick (2011, p. 8) afirma que a palavra informação é, sem sombra de dúvida, a que assumiu maior número de significados diferentes ao longo dos últimos dois séculos e, mais recentemente, adquiriu um caráter quase mítico ao ser associada a uma nova era de desenvolvimento da humanidade, comparável a Era do Ferro e a Era da Máquina a Vapor.

A chamada Era da Informação começou a surgir nos anos 40 do século XX quando o engenheiro belga Claude Shannon vinculou o termo informação à impulsos elétricos transmitidos entre uma fonte emissora e uma fonte receptora. A partir de 1950, a expressão passou a ser associada a representações eletrônicas (bytes e bits) e seu uso expandiu-se para quase todos os campos do conhecimento. Foi incorporada ao vocabulário e técnicas de ciências tão díspares como a economia, a física e a biologia.

A evolução do conceito de informação acompanha todo o surgimento das novas tecnologias de computação e comunicação a ponto do cientista molecular Werner Loewenstein ter afirmado que “a informação tornou-se a unidade da vida”. (GLEICK, 2011, p. 9).

Quando Shannon e seu colega Warren Weaver criaram a Teoria Matemática da Informação, eles entendiam informação como uma mensagem codificada transportada de um emissor para um receptor capaz de decodificá-la. Gleick (2011, p. 14) cita o caso dos tambores africanos como um código não verbal e não textual capaz de transmitir um fato ou evento por centenas de quilômetros por meio de uma rede de retransmissores compartilhando o mesmo código, no caso a mesma cultura.

No século XIX, a codificação da informação deu um salto com a invenção do telégrafo, onde a comutação de sinais elétricos permitiu aumentar as distâncias e a velocidade na transmissão de mensagens entre emissores e receptores. No século XX, a humanidade se deu conta de que a informação não estava apenas contida em textos e na oralidade, mas estava embutida também em objetos e obras de arte. Para o francês Max Boisot, o design de um objeto transmite uma mensagem, logo pode embutir informação codificada no seu formato material. Função idêntica é desempenhada por uma pintura de Pablo Picasso, cujas emoções e visão de mundo foram codificadas em imagens ou informações visuais. (BOISOT, 1995).

O conceito de informação ganhou uma amplitude ainda maior ao ser associado ao DNA humano, ao servir de base para uma teoria quântica de informação e ao chegar ao terreno filosófico por meio de teorias como a noosfera.

2.2.2 Pressupostos de uma definição de informação

Diante da relevância assumida pela informação e da diversidade conceitual decorrente da sua vinculação a novas áreas de conhecimento torna-se necessário definir o contexto no qual o termo será usado neste trabalho.

Informação e comunicação são dois conceitos interligados e interdependentes, segundo Max Boisot (1995, p. 96-97). O autor classifica a informação como uma forma específica de mensagem contendo dados, cujo conteúdo só adquire significado se for transmitido de um emissor para um receptor. Não há comunicação sem transmissão de dados e não há informação sem comunicação.

O mesmo autor afirma ainda que é quase impossível uma definição consensual de informação devido à diversidade de características que o termo assume em diferentes contextos. A diferenciação, segundo Boisot, deve ser vista num contexto dinâmico já que, segundo ele, o que para uma pessoa é conhecimento para outra, noutro contexto, é percebido como dado. Assim, um mesmo elemento pode ser dado, informação ou conhecimento, dependendo do contexto.

Os conceitos de dado, informação e conhecimento devem ser entendidos também como integrados à dinâmica do processo da comunicação. Nenhum dos três elementos existe fora do processo da comunicação. Um dado só pode ser contextualizado por meio da comunicação e uma informação só pode gerar conhecimento se for comunicada por meio da disseminação ou compartilhamento. (BOISOT, 1995, p. 94; ROBERTS, 2000, p. 435).

Para que uma informação seja transmitida ela necessita ser codificada, em impulsos elétricos, digitalizada em bytes, no formato textual, imagético, sonoro ou qualquer outro formato capaz de ser decodificado pelo receptor. A codificação possibilita que o conteúdo abstrato da mensagem possa ser transmitido por sistemas de comunicação como ondas eletromagnéticas, por exemplo.

Os fluxos informativos pressupõem uma abordagem dinâmica do processo da comunicação. O emissor transmite a mensagem codificada na forma de informação estruturada, mas o emissor recebe o conteúdo na forma de dado não estruturado. A mesma mensagem assume

características diferenciadas conforme o contexto onde está inserida. O emissor teve que codificá-la para ser transmitida, isto significa que ele a estruturou usando seus códigos, percepções e conhecimentos pessoais. Já o receptor capta a mensagem como um dado não estruturado porque ela será decodificada segundo contextos e parâmetros diferentes (POLANYI, 1966; BOISOT, 1995; CASTELLS, 2009).

2.2.3 Informação e notícia

Como o objetivo deste trabalho é o estudo da curadoria de informações na produção de conhecimento, é necessário identificar as diferenças entre informação e notícia. A indústria da comunicação jornalística, responsável pela massificação da veiculação de informações, acabou levando o público a confundir notícia com informação, a ponto de muitos manuais jornalísticos e dicionários tratarem ambos os termos como sinônimos[17].

Uma pesquisa na bibliografia mostra uma grande diversidade de conceitos de notícia. A grande maioria das definições foi produzida por jornalistas ou professores de jornalismo, uma vez que a expressão é usada para caracterizar o exercício de uma atividade profissional e o modelo de negócios de empresas de comunicação.

Para Lage (2012, p. 50), a notícia é "matéria-prima" dos jornais, o "relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este, de seu aspecto mais importante". A definição segue a linha de apropriação do termo pelo jornalismo, mas o autor situa a notícia dentro de um contexto sistêmico, associando o conceito à ideia de ação.

Lage (2012, p. 85) caracteriza uma notícia a partir de seis atributos, todos eles vinculados a sua condição de matéria prima jornalística: proximidade do receptor, atualidade, identificação social (pertinência para o receptor), intensidade (relevância), ineditismo (para o receptor) e identificação humana (identificação com o receptor).

Marcondes Filho (1989, p. 13) aprofunda a vinculação do conceito de notícia com a atividade empresarial jornalística ao afirmar que:

---

[17]NOTÍCIA. In: **Michaelis**. São Paulo: Editora Melhoramentos Ltda., 2009. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=not%EDcia>. Acesso em: 2014; INFORMAÇÃO. In: **Michaelis**. São Paulo: Editora Melhoramentos Ltda., 2009. Disponível em: < http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/definicao/informacao%20_983588.html>. Acesso em: 2014.

> Notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensoriais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político.

Traquina (2004, p. 28 apud BASTOS, 2007), define notícia a partir de uma abordagem construcionista:

> O resultado de inúmeras interações entre diversos agentes sociais que pretendem mobilizar as notícias como um recurso social em prol de suas estratégias de comunicação, e os profissionais do campo, que reivindicam o monopólio de um saber, precisamente o que é notícia.

Quase todas as definições de notícia levam em conta basicamente sua inserção utilitária na atividade jornalística. Mas ela pode ser abordada também a partir das ciências da cognição e do processo de produção de conhecimento, como mostram os estudos de Sperber e Wilson (2001). Os dois autores mostraram como um dado inédito provoca alteração no ambiente cognitivo de um indivíduo levando-o a refletir sobre o conteúdo recebido.

Esta abordagem permite situar a notícia também num contexto informativo não vinculado diretamente ao jornalismo, já que o ineditismo não é, necessariamente, um atributo determinado por sua publicação num veículo de comunicação jornalística. As redes sociais e a comunicação interpessoal, sem mediação jornalística, têm uma crescente participação na veiculação de dados inéditos que não passam pela construção jornalística.[18]

---

[18] Usamos a expressão construção jornalística para definir o processo pelo qual os profissionais e amadores do jornalismo constroem uma narrativa a partir de suas próprias percepções e das representações construídas por outras pessoas como testemunhas, especialistas e protagonistas.

A associação do conceito de notícia ao exercício do jornalismo está vinculada ao fato de que foi atribuído a ela um valor de troca, como uma matéria prima passível de ser negociada por inserções publicitárias pagas. Com a avalancha informativa, a notícia perdeu valor de troca porque se tornou superabundante, ao mesmo tempo que seu valor de uso passou a ser cada vez mais relevante. A notícia deixou de ser vista como uma mercadoria para assumir cada vez mais uma função no processo de produção de conhecimento. (MEDITSCH, 2005).

Face à diversidade de usos do conceito de notícia, adotamos neste trabalho a seguinte definição, que leva em conta a nova realidade digital e a preocupação com a produção de conhecimento socialmente relevante:

Notícia é um tipo específico de dado cuja principal característica é o seu ineditismo, tendo como atributos indispensáveis a relevância, pertinência e confiabilidade.

A definição de notícia como um tipo específico de dado permite maior clareza na sua diferenciação em relação ao conceito de informação. A notícia é um dado não contextualizado ao ser captado pelo receptor, mas ao ser transmitida, ela incorpora o contexto do emissor que a formata segundo sua percepção, e visão de mundo assumindo o caráter de informação. O emissor transmite uma informação, mas o receptor capta uma notícia. A diferença está no contexto individual.

Esta definição contempla tanto as notícias formatadas segundo técnicas jornalísticas como as que resultam de uma narrativa interpessoal livre, transmitidas por qualquer recurso tecnológico ou sensorial.

Esta diferença contextual pode ser apontada como a principal responsável pela confusão criada pelo jornalismo em torno dos conceitos de informação e notícia. O aprofundamento dos estudos sobre cognição, comunicação e produção de conhecimento permite diferenciar mais claramente ambos os conceitos. Com isto torna-se possível estudar o papel específico da notícia no processo da curadoria de informações.

2.3 INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

O advento da era digital e a ampliação do uso da internet geraram outra questão conceitual, agora envolvendo as expressões informação e conhecimento. Ambas foram incorporadas ao vocabulário corrente dos

meios de comunicação a partir da primeira década do século XXI, quando autores passaram a usar indistintamente os termos *era da informação* e *era do conhecimento*, sem estabelecer uma distinção clara entre ambos.

Segundo Boisot, MacMillan e Han (2007) quanto mais clara a diferenciação entre as duas expressões, maior a possibilidade de situá-las no contexto adequado. A informação é a matéria prima do conhecimento, mas ela só assume a sua real dimensão quando referenciada a ele, porque ambos são parte de um mesmo processo.

Processo este que, para Michael Polanyi (1996, p. 4), começa com o conhecimento tácito, definido por ele como "[...] o conhecimento que possuímos, mas não somos capazes de expressar." Esta definição, interpretada com base na teoria da informação e da comunicação, poderia ser traduzida na afirmação de que o conhecimento tácito é aquele que possuímos, mas ainda não foi codificado adequadamente para ser transmitido e captado por outras pessoas.

Polanyi (1996) é considerado um pioneiro no estudo do conhecimento, mas suas pesquisas partiram da uma abordagem mais vinculada às ciências da cognição e à filosofia. Já Boisot estudou o conhecimento a partir do fluxo de dados e informações em redes sociais virtuais ou presenciais, enquanto Roberts (2000) e Nonaka e Takeuchi (2005) priorizam a gestão do conhecimento em organizações sociais.

Segundo Roberts (2000, p. 432-434), quando um conhecimento tácito é codificado, ele assume a forma de informação e ingressa num processo de geração de conhecimento por meio de sucessivas recombinações na mente do indivíduo processador ou em grupos de indivíduos estruturados na forma de comunidades de prática.

Dado, informação e conhecimento fazem parte de um sistema cuja dinâmica é assegurada pelo processo da comunicação. O dado se insere num sistema de comunicação e muda de natureza ao ser transmitido de um emissor a um receptor. Como o processo da comunicação é dinâmico e interativo, um indivíduo é sempre, simultaneamente, um receptor e um emissor de mensagens, mas para efeito de análise dos processos de contextualização e difusão é necessário estudar cada função em separado.

3 CURADORIA

3.1 CONTEXTO HISTÓRICO

As expressões curadoria e curador estão no centro de uma polêmica ontológica. Os mesmos termos têm significados diferentes conforme o autor ou autora que os pesquisam e conforme o contexto em que são utilizados. A diversidade de conceitos já é antiga, mas ganhou relevância depois da popularização da internet quando dezenas de pesquisadores e praticantes começaram a usar ambas as expressões em diversas circunstâncias e para diferentes finalidades. Há um consenso de que a origem do termo tem a ver com o direito romano. Ramos (2012, p. 16) cita a dissertação de mestrado de Grof segundo a qual o termo *curator bonorum* aparece mencionado em documentos do ano 435 A.C. como a figura que zelava para que um devedor inadimplente não tivesse seu patrimônio dilapidado pelos credores enquanto o caso era analisado por um tribunal.

No século XVII, da era cristã, a curadoria e os curadores voltaram a ficar em evidência devido à importância adquirida pela figura do organizador de mostras, espetáculos artísticos e museus. Nos séculos XVIII e XIX, a curadoria ganhou relevância na área jurídica quando passou a ser associada à proteção e guarda de pessoas menores de idade consideradas incapazes de tomar decisões que afetassem interesses familiares ou sociais.

Modernamente, a palavra curadoria é utilizada nas artes, para expressar o ato de selecionar obras de arte para exposição ao público. No direito, para designar o funcionário encarregado da proteção dos direitos dos menores de idade ou deficientes físicos e mentais. No comércio, para indicar a pessoa que cuidará dos direitos dos credores em caso de falência. E, mais recentemente, nas ciências da informação para definir a função de softwares (algoritmos) e de indivíduos que filtram e selecionam dados. (SAAD CORREA, 2012, p. 30).

Com o advento da internet e da generalização do sistema digital em quase todos os setores da atividade humana, a curadoria surgiu como um antídoto contra a desorientação informativa provocada pela avalancha de dados, fatos e notícias depois que o cidadão comum passou a poder publicar diretamente na Web.

3.2. PROBLEMA CONCEITUAL

Saad Correa mostra o crescimento vertiginoso do uso das expressões curador e curadoria recorrendo ao sistema de buscas na internet Google para afirmar que:

> [...] observamos a explosão de uso do termo a partir do ano de 2010. Quantitativamente, em fevereiro de 2012 o Google registrou aproximadamente 1.230.000 resultados para o termo "curadoria" em Português e 7.450.000 em Inglês; considerando o termo "curadoria da informação" registrou 1.038.000 resultados em Português e mais de 4.750.000 em Inglês... (SAAD CORREA et al., 2012, p. 29).

Uma atualização da mesma pesquisa no Google, feita no dia 17 out. 2014 indicou 851 mil resultados para a palavra curadoria e 22 mil para a expressão "curadoria de notícias". Em língua inglesa, os resultados foram respectivamente 8,09 milhões de referências à palavra *curation*, 535 mil à expressão "*content curation*" e 122 mil resultados para "*news curation*".[19]

Saad Correa (2012, p. 28) assinala também a grande diversidade de conceitos e contextualizações nos documentos sobre curadoria e usa a expressão "incerteza ontológica" (LANE; MANSFIELD, 2004); para definir o posicionamento de indivíduos que reagem a uma inovação tecnológica a partir de suas respectivas visões de mundo e não em função das qualidades e propostas do produto ou serviço inovador.

Ramos (2012, p. 19) fala do curador como um mediador indispensável na cultura contemporânea e que não se limita mais apenas a questões artísticas, jurídicas ou museológicas. Para a autora, a curadoria passa a ter "[...] um papel central no contexto da sociedade informativa." Liu (2010, p. 18) vai ainda mais longe ao afirmar que os "curadores são guias de nossa história"; destacando que a definição da função tornou-se complexa porque a expressão começou a ser usada em diversos contextos, em sua maioria para descrever atividades em ambiente virtual.

Alguns pesquisadores afirmam que a avalancha informativa criou também uma "avalancha curatorial" gerada pela multiplicação de páginas Web e softwares voltados para a recomendação e avaliação de conteúdos publicados na internet. (VAN HOUSE; CHURCHILL, 2008 apud LIU, 2010, p. 19).

Scoble (2010) comparou os curadores de notícias a praticantes de uma alquimia informativa onde o, ou a, responsável "combina átomos informativos para criar uma info-molécula". Já Kissane (2011, p. 66),

---

[19] Nas buscas foi usado o sistema booleano, uso de aspas para identificar a expressão exata.

define o curador como um “fertilizador de informações” porque sua função está vinculada à incorporação de valor a dados e notícias visando destacar sua relevância para um público ou indivíduo específico.

O finlandês Mikko Villi (2012), autor de uma pesquisa sobre transmissão de informações resultantes do processo de curadoria afirma que o curador social é um trabalhador do conhecimento cujo diferencial mais importante em relação à disseminação pura e simples, mais conhecida como “boca a boca”, está na recomendação.

O estudo da curadoria de informações apresenta uma grande complexidade e diversidade de percepções. Por esta razão, foi adotada uma definição operacional para facilitar a compreensão deste trabalho:

A curadoria de informações é um procedimento desenvolvido por uma pessoa, ou grupo de pessoas, com experiência no trato com a informação, que realizam a seleção, filtragem, agregação de valor e difusão de informações voltadas para os interesses e necessidades de comunidades sociais.

3.3 CARACTERIZAÇÃO DA CURADORIA

Ross Dawson (2012) define curadoria a partir de três características que ele considera essenciais para quem a pratica:

a) identificação da utilidade e relevância da informação oferecida ao público alvo;

b) incorporação de valor por meio da pesquisa dos dados selecionados, o que exige capacitação e formação acadêmica do ou dos responsáveis pela curadoria;

c) a atividade somente cumprirá sua função se estiver voltada para o compartilhamento de conhecimentos entre membros de uma comunidade, visando a formação de capital intelectual coletivo.

O pesquisador e consultor australiano Tim Kastelle (2010), vincula a popularização da prática da curadoria às questões econômicas: “Nós criamos valor econômico a partir da informação quando desenvolvemos uma estratégia que inclui agregação, filtragem e interatividade. Estes três passos são intimamente ligados” e formam o que Kastelle (2010) qualifica como curadoria informativa. Para ele a curadoria informativa não existe sem incorporação de valor, o que automaticamente a coloca como um fator econômico a ser levado em conta na determinação do valor de uso da notícia curada.

A curadoria, assim como outras atividades situadas no campo da comunicação, enfrenta três problemas estudados por Shannon e Weaver (1971, p. 4):

a) problemas técnicos – quando há alteração no formato original da mensagem;

b) problemas semânticos – grau de precisão na transmissão do significado desejado;

c) problemas cognitivos – como a mensagem recebida afetou o comportamento e/ou os valores do receptor.

O principal desafio da curadoria é o problema cognitivo. A transmissão impessoal à distância é complicada e pouco contextualizada (BOISOT, 1995, p. 103).

A comunicação sensorial é mais efetiva porque envolve simultaneamente vários sentidos humanos na interatividade interpessoal. Por isso a curadoria se torna mais abrangente quando envolve comunidades de usuários. A comunicação impessoal à distância amplia a disseminação das recomendações, mas aumenta os problemas semânticos e cognitivos.

As modernas tecnologias de comunicação permitem superar os problemas técnicos, segundo a classificação de Shannon e Weaver. O avanço da educação mundial ajuda a resolver o problema semântico, mas o problema cognitivo continua sendo o grande desafio da comunicação, pois exige compartilhamento de contextos, algo bem mais difícil na comunicação espacial à distância.

3.4 CURADORIA E PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO

"A curadoria ganha importância quando os sistemas de busca de dados na internet já não são mais capazes de produzir resultados consistentes." Foi com essa frase que o professor e escritor norte-americano Clay Shirky definiu o papel da curadoria no processo digital de produção de conhecimento. Para Shirky, a curadoria não se limita à filtragem e seleção de conteúdos, porque ela tem um alcance mais amplo.[20]

A curadoria é uma etapa intermediária entre os processos de coleta de material e criação de novos conteúdos. Em projetos pequenos, filtragem (seleção), agregação de valor e difusão acabam sendo realizadas pela mesma pessoa ou grupo de pessoas, mas em projetos de

[20] Entrevista a Steve Rosenbaum publicada no blog Mashable em 03 jun. 2010 Disponível em: <http://mashable.com/2010/05/03/content-curation-creation/>. Acesso em: 12 fev. 2013.

larga escala há uma diferenciação de funções, dada a necessidade de adoção de técnicas e procedimentos metodológicos mais complexos.

Zhong, Shah, Sundaravadivelan e Sastry (2013, p. 660) classificaram a curadoria de informações em duas modalidades: a curadoria não estruturada, onde ocorre apenas a filtragem e seleção dos dados; e a curadoria estruturada, onde além das etapas anteriores, ocorre a agregação de valor.

A curadoria não estruturada é feita a partir de algoritmos o que a torna mais rápida e mais ampla. É a modalidade utilizada por setores industriais, financeiros e governamentais que preferem fazer uma agregação de valor específica à sua atividade principal.

Já a curadoria estruturada é executada principalmente por humanos, embora vários tipos de software tenham sido desenvolvidos a partir de 2012 utilizando elementos de linguagem natural e buscas semânticas. Os autores citados destacam que a curadoria estruturada cresce mais rapidamente do que a não estruturada devido à sua popularidade como ferramenta para informação geral, aquisição de bens de consumo e refinamento de preferências culturais. (ZHONG; SHAH; SUNDARAVADIVELAN; SASTRY, 2013).

3.5 CURADORIA ALGORÍTMICA

O desenvolvimento de algoritmos para seleção de dados está na origem da importância crescente da curadoria na internet. Quando o volume de dados, fatos e eventos disponíveis na rede começou a superar a capacidade humana de processá-los, os engenheiros recorreram à tecnologia para desenvolver ferramentas eletrônicas capazes de fazer a filtragem e seleção de informações.

Segundo Skiena (2008, p. 3) “[...] nas ciências da informação, algoritmo é um procedimento usado para executar uma determinada tarefa.” O autor afirma que um algoritmo é desenvolvido para resolver um problema e que, para executar esta tarefa, ele deve estar programado para processar os dados disponíveis e oferecer o resultado esperado.

Os algoritmos operam a partir de bancos de dados e sua função é filtrar e selecionar o material arquivado. Embora eles sejam conhecidos desde os primórdios da matemática, foi na era digital que os algoritmos ganharam visibilidade ao serem associados à computação, onde se tornaram ubíquos.

Uma de suas aplicações mais populares é a da busca de informações na Web por meio dos *crawlers*, *spiders* ou robôs eletrônicos, na verdade algoritmos especializados, que constituem a base

de sistemas como o Google, por exemplo. A variedade e quantidade de algoritmos existentes na internet são incalculáveis, pois qualquer programador pode desenvolver os seus próprios algoritmos para as funções desejadas.

Os algoritmos programados para selecionar, agregar valor e disseminar informações são chamados de algoritmos curadores e se tornaram uma peça obrigatória nos sistemas de filtragem e seleção de dados (SAAD CORREA; BERTOCHI, 2012); Ainda segundo as duas autoras, a importância da curadoria algorítmica tende a crescer na proporção direta da ampliação do uso da Web Semântica[21], porque além do aumento constante e continuado da quantidade de dados digitalizados, cresce também a diversidade de significados atribuídos a estes mesmos dados.

Rosenbaum (2011) afirma que a ação humana deve complementar o trabalho dos algoritmos para que a curadoria possa atender às necessidades dos usuários. Neal Graber (apud SAAD CORREA; BERTOCCHI, 2012, p. 131) afirma que sem a curadoria algorítmica a humanidade ingressaria no que ele classificou de "ignorância bem informada" porque teria à sua disposição muitos dados e pouca capacidade de processá-los. A produção ou design de algoritmos, segundo Skiena, tornou-se algo tão essencial ao funcionamento da internet e da Web, que sem eles ambas seriam inviáveis como sistemas de produção de conhecimento. (SKIENA, 2008).

O desenvolvimento de algoritmos curadores tornou-se uma das atividades mais lucrativas na economia digital. As grandes empresas de comércio eletrônico foram as primeiras a procurar nesta tecnologia uma forma de gerar conteúdos informativos para atrair e fidelizar clientes e *stakeholders* (protagonistas de um negócio), a partir do noticiário jornalístico e de blogs pessoais. Segundo o site *Business Insider*, as grandes corporações investiram, só em 2011, um total de 16,6 bilhões de dólares no desenvolvimento de sistemas de curadoria informativa, tanto humana como algorítmica, destinados a fornecer conteúdos noticiosos para projetos de marketing de empresas de comércio eletrônico.[22]

---

[21] Web Semântica é uma expressão criada por Tim Berners-Lee para definir uma ampliação da estrutura da Web capaz de identificar os significados de dados digitais e permitir que eles possam ser lidos pelo maior número possível de computadores.

[22] PARKER, Pamela. Big Brands Are Pouring Money Into Their Own Custom News Sites. In: MCGEE, Matt et al. **Marketing Land**. Redding: Third Door Media, 2015. Disponível em: <http://marketingland.com/study-digital-content-marketing-spend-reached-nearly-16-6b-in-2011-10785>. Acesso em: 26 jun. 2014.

Um estudo da revista *Advertising Age* revelou que as empresas norte-americanas ampliaram em 52,5% seus orçamentos para buscas vinculadas à curadoria de informações e anteciparam um aumento ainda maior (55%) nos investimentos em 2014.[23]

A demanda adicional de informação obrigou as empresas jornalísticas a também usarem cada vez mais processos algorítmicos para acelerar a produção de notícias (SAAD CORREA; BERTOCCHI, 2012). Na primeira década do século XXI predominou a pesquisa e desenvolvimento de sistemas automáticos com mínima interferência humana, como foi o caso do *Google News* que usa algoritmos para selecionar notícias publicadas na imprensa mundial e produzir um boletim customizado.

O desenvolvimento acelerado da tecnologia no campo dos algoritmos fez surgir uma aguda polêmica entre os pesquisadores e estudiosos da área. Para um grupo de especialistas em tecnologia digital, como o consultor canadense Harold Jarche, a filtragem e compartilhamento de dados, quando realizados de forma automática, não poderiam ser chamadas de curadoria. Para Jarche, "[...] a mera filtragem e distribuição apenas contribui para a criação de ruído informativo."[24]

Nos últimos cinco anos, o mercado de softwares voltados para a seleção, agregação de valor e compartilhamento de dados cresceu de forma vertiginosa com o lançamento de produtos como *Paper Li*, *Summly* e *Spundge*.

O lançamento de novos produtos voltados para a curadoria de informações aumentou ainda mais no final de 2013 e primeiro semestre de 2014 com o surgimento de softwares e serviços como *NewsAna Plus*, *FB NewsWire*, *NewsPeg*, *Inside*, *Liquid NewsRoom*, *NewsDeck*, *Re-Code*, *Trove*, *SmartNews* e *Gunosy*. Cada um destes softwares foi desenvolvido para atender modalidades especificas de curadoria de informações, mas no essencial todos usam algoritmos para desenvolver os processos de busca, seleção, contextualização e compartilhamento.

---

[23] B2B Marketers to Up Spend on Content, Mobile in 2014. **eMarketer**. New York: Listrak, 2015. Disponível em: <http://www.emarketer.com/Article/B2B-Marketers-Up-Spend-on-Content-Mobile-2014/1010541>. Acesso em: 26 jun. 2014.

[24] JARCHE, Harold. The PKM value-add. **Harold Jarche**: adapting to perpetual beta. Sackville: Tantramar Interactive Inc., 2015. Disponível em: <http://www.jarche.com/2012/03/the-pkm-value-add/>. Acesso em: 2014.

Paper Li[25], por exemplo, foca na publicação de informações personalizadas.[26] Já o programa *Spundge*[27] destaca sua capacidade de buscar e filtrar informações de interesse dos seus clientes, enquanto o *Summly* apresenta como maior diferencial a capacidade de fazer sumários dos textos selecionados por seu algoritmo de buscas.

Os programas japoneses *SmartNews* e *Gunosy* focam na curadoria de informações em equipamentos móveis (smartphones e tablets). A revista britânica *The Economist*, lançou um projeto de curadoria de informações para publicação no formato rádio digital. Já os projetos *NewsPeg*, *Trove* e *Liquid NewsRoom* foram desenvolvidos por jornalistas para uso de profissionais da comunicação jornalística. *Newsdeck* é um serviço de curadoria para investidores. O *FB NewsWire* foca no público usuário da rede social *Facebook*.

As empresas *Google* e *Amazon* usam intensivamente algoritmos curadores automáticos desenvolvidos para fazer sugestões aos seus usuários com base nos seus hábitos de buscas ou compras na Web, respectivamente.

Em 2010 surgiu na Universidade Northwestern, nos Estados Unidos, o projeto *Narrative Science* que desenvolveu um conjunto de algoritmos para buscar e selecionar dados brutos e produzir textos usando códigos redacionais gerados por jornalistas. O conjunto de algoritmos curadores foi batizado com o nome de *Quill*[28], o motor do sistema que foi contratado por empresas como *The Wall Street Journal*, *Dow Jones* e *Fox Networks*.

Outras empresas passaram a desenvolver produtos que incorporam o fator humano na prática da curadoria de informações. Nestes casos, os algoritmos funcionam como complementos ou ferramentas dos curadores como, por exemplo, o site *Storify*[29].

Storify é um software que ajuda o usuário a produzir histórias ou, no caso específico dos curadores, a desenvolver textos com

---

[25] LAMBELET, Edouard; POLS, Iskander. **Paper Li**. Lausanne: SmallRivers, 2015. Disponível em: <http://paper.li/>. Acesso em: 2014.

[26] Neste trabalho uso o termo personalização para expressar um produto ou serviço oferecido ao usuário atendendo a especificações previamente definidas por ele. Difere da customização, que é a capacidade do usuário adaptar um produto ou serviço às suas necessidades ou desejos. Na personalização o usuário é mais passivo, enquanto na customização ele é proativo.

[27] **Spundge**: The professional content platform. Disponível em: <https://www.spundge.com/>. Acesso em: 2014.

[28] Quill. In: FRANKEL, Stuart et al. **NarrativeScience**. Chicago: Narrative Science Inc., 2015. Disponível em: <http://narrativescience.com/artificial-intelligence-data-engine/>. Acesso em: 2014.

[29] DAMMAN Xavier. **Storify**. San Francisco: Livefyre, 2015. Disponível em: <http://storify.com/>. Acesso em: 2014.

recomendações. O programa procura informações em sites selecionados pelo usuário, oferece ferramentas de publicação e depois funciona como plataforma de compartilhamento do material publicado.

Dentro da curadoria algorítmica existem vários graus de processamento da triagem, desde a mais simples (separação de temas a partir de *tags*) até os mais complexos (inclusão de algoritmos baseados em linguagem natural para a redação de textos). Mas todos eles são concebidos como acessórios no processo de agregação de valor e personalização das recomendações, realizado pelo curador de informações.

O *The Wall Street Journal*, por exemplo, usa o software de curadoria algorítmica desenvolvido pela empresa *Narrative Science* para produzir relatórios sobre tendência nas operações da bolsa de Nova Iorque. Estes relatórios alimentam a curadoria do jornal que seleciona o material que pode interessar a seus clientes.

A intensidade da produção de novos projetos e softwares de curadoria de informações indica a enorme preocupação da indústria de produção de conteúdos informativos na Web em desenvolver programas e serviços capazes de atender à demanda por insumos para a inovação.

3.6 CURADORIA HUMANIZADA

A curadoria informativa desenvolvida por indivíduos é uma das mais antigas formas de selecionar, agregar valor e distribuir notícias para pessoas ou grupos de pessoas.

Tradicionalmente, o curador é o indivíduo encarregado de selecionar o que é relevante para a sociedade, especialmente na área das artes. É basicamente uma atividade individual exercida por pessoas consideradas especialistas em determinados segmentos da atividade humana e/ou dotadas de conhecimento socialmente respeitado.

No final dos anos 70, com o fortalecimento da globalização econômica surgiu a figura do *information broker* (agente de informações), um consultor especializado numa determinada atividade econômica e que fazia recomendações com base em seu arquivo e conhecimentos pessoais. Com a popularização do acesso à internet, os agentes de informação perderam espaço para os bancos de dados online e para o surgimento de profissionais autônomos que passaram a

distribuir informações acumuladas ao longo do exercício profissional ou em atividades particulares.[30]

As páginas web classificadas como weblogs facilitaram enormemente o surgimento de curadores informativos autônomos ao eliminarem as barreiras econômicas e tecnológicas à publicação de conteúdos online. Se antes da internet a curadoria noticiosa era uma atividade restrita a um número limitado de pessoas, na era digital os obstáculos desapareceram e qualquer pessoa passou a poder selecionar e recomendar conteúdos informativos na Web.

Vários autores se tornaram também curadores de informações ao recomendarem documentos e estudos a seus leitores. Entre eles se destaca o norte-americano Kevin Kelly, autor do blog *Technium*[31], com cerca de 80 mil leitores diários de postagens sobre novas tecnologias e novas mídias.

O projeto *Scoop*[32] reúne um grupo de profissionais que produzem blogs sobre diferentes áreas de conhecimento e publicam regularmente suas descobertas, observações e recomendações em blogs pessoais. Trata-se de um portal de blogs individuais especializados em curadoria informativa distribuídos em 16 áreas de conhecimento, visitadas mensalmente por cerca de cinco milhões de pessoas.

Ao lado de projetos voltados para o grande público, crescem também as iniciativas individuais de jornalistas e não jornalistas voltadas para a recomendação de textos para grupos reduzidos de pessoas com interesses específicos. Uma destas iniciativas é a do jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva, que semanalmente distribui para amigos e colegas de trabalho uma lista de, em média, 20 títulos de textos jornalísticos. O jornalista usa sua experiência e conhecimento adquiridos ao longo de 40 anos como editor de jornal e correspondente no exterior, agregando valor e credibilidade à seleção dos artigos recomendados.

3.6.1 Comunidades de curadoria

Em 2010, a pesquisadora norte-americana Sophia Liu publicou um artigo na revista acadêmica *UpGrade* no qual afirmava que a

---

[30] Informações extraídas da página web da Associação de Profissionais Autônomos na Área da Informação nos Estados Unidos (AIIP - http://www.aiip.org/).

[31] Technium. In: KELLY, Kevin. **KK – Kevin Kelly**. Mountain View: Creative Commns, 2015. Disponível em: <http://www.kk.org/thetechnium/>. Acesso em: 2014.

[32] DECUGIS, Guillaume. Scoop. San Francisco: Scoop.it Inc., 2015.Disponível em: <http://www.scoop.it/>. Acesso em: 2014.

curadoria informativa desenvolvida de forma colaborativa seria o grande fenômeno das próximas décadas em matéria de seleção, agregação de valor e disseminação de conteúdos informativos (Liu, 2010). A autora definiu o processo como curadoria socialmente distribuída (*Socially Distributed Curation*) e o justificou como mais uma consequência da avalancha informativa na Web.

Em 2007, um grupo de pesquisadores e apaixonados pela natureza iniciou o projeto *Encyclopedia of Life* (EOL)[33], por meio do qual pretendiam criar uma página web para cada ser vivo no planeta. O projeto reúne 65 mil colaboradores que fornecem dados para 1.200 curadores que administram o conteúdo de aproximadamente três milhões e quatrocentas mil páginas no site do projeto. Apenas no mês de março de 2013, por exemplo, os curadores da EOL processaram 18 mil páginas com dados enviados por colaboradores.[34]

Em 2011, surgiu outro inovador projeto do que Liu (201) denominou curadoria socialmente distribuída. O Movimento Curadoria Rotativa (*Rotation Curation Movement*), foi criado na Suécia, mas depois se expandiu para 31 países e 44 cidades, oito grupos étnicos e culturais, 10 empresas e várias organizações espalhados pelo mundo. Cada participante do projeto cria uma página web ou abre uma conta no Twitter para fazer recomendações. Cada um deles faz sugestões sobre fatos, eventos, livros, notícias, filmes, atrações turísticas ou problemas do país em questão. O slogan adotado pelo projeto foi a frase "Viajar sem sair do lugar"[35].

3.7 DIFERENÇA ENTRE EDIÇÃO E CURADORIA NA TRIAGEM INFORMATIVA

Entrevistas realizadas para este trabalho com jornalistas profissionais permitiram constatar que muitos tratam a curadoria e os processos de edição de textos como sinônimos[36]. Para Luiz Egypto, editor chefe do site do Observatório da Imprensa,

---

[33] PARR, Cynthia. **The Encyclopedia of Life v2**: Providing Global Access to Knowledge About Life on Earth. Biodiversity Data Journal 2: e1079. Disponível em: <http://eol.org/>. Acesso em: 2014.

[34] Detalhes em: <http://eol.org/statistics/curators?date_one_set=2013-03-09&date_two_set=2013-03-16>. Acesso em: 22 mar. 2013.

[35] *Travelling without Moving* é o titulo de uma música da banda Jamiroquai.

[36] Ver entrevistas com na parte de anexos.

> [...] edição é uma atividade técnica que requer uma porção intangível de sensibilidade, experiência e conhecimento...A curadoria é a seleção de tudo aquilo que está em torno dos objetivos do veículo no qual o profissional está envolvido. É na verdade, uma grande peneira...

Já Carlos Eduardo Lins da Silva, membro do Conselho Editorial da revista Jornalismo, da Escola Superior de Propaganda e Marketing, identifica curadoria com a produção da pauta diária de um veículo jornalístico:

> Acho que o curador poderia ser uma espécie de pauteiro no jornalismo. É o cara que vai recolhendo notícias, decidindo o que vale e o que não vale a pena publicar. Para mim, a curadoria é uma espécie de pauta jornalística [...].

Rogério Christofoletti, coordenador do curso de pós graduação em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina, acha que:

> [...] a curadoria deve ser pensada como uma espécie de inteligência distribuída (composta) por comunidades de curadoria. O jornalismo pode ter um papel nesta função, mas não apenas nela. Não basta oferecer um link, é necessário oferecer também um trabalho de busca de melhores opções (informativas)... O papel do jornalismo como único canal de acesso às fontes de informação está cada vez mais fragilizado. A curadoria não passa por este canal (de acesso) que é um canal verticalizado. A curadoria é horizontalizada.

Os entrevistados coincidem que tanto o jornalismo como a curadoria trabalham com seleção, agregação de valor e publicação de conteúdos informativos. As principais diferenças estão na forma como o produto final será usado pelos beneficiários e no seu financiamento. O jornalismo entrega um produto pronto e acabado, concebido com a

preocupação de aumentar o valor de troca da notícia editada. Já a curadoria oferece recomendações abertas onde a preocupação central é o uso da informação na produção de conhecimento.

3.7.1 Caracterização do processo editorial

A edição está voltada para o desenvolvimento de um produto capaz de atrair a atenção do público com ou sem pagamento de acesso. O valor de troca da notícia *commodity* é expresso pela quantidade de pessoas interessadas na notícia e que acabam atraídas também pela publicidade justaposta. Para atender a este objetivo e levando em conta as características industriais do processo produtivo de jornais, revistas e sistemas audiovisuais (rádio e TV), a notícia é submetida a um processo de edição (formatação e agregação de valor) que a torna suficientemente genérica para atrair a atenção de um grande número de pessoas.

O processo de edição adotado pelas indústrias da comunicação[37] é influenciado pela agenda do veículo, pelas normas e procedimentos adotados pela redação jornalística e pelas limitações físicas do jornal, emissora de rádio, televisão, cine-documentário ou página Web. Neste conjunto de fatores, a questão da agenda ocupa um lugar especial porque é ela que determina a formação da lista de assuntos que integrarão o primeiro esboço da relação de notícias (pauta) a serem avaliadas. Esta lista passa por uma filtragem (*gatekeepíng* ou porteiro da notícia – [ZELIZER, 2005, p. 1167]) feita preliminarmente pelo chefe de reportagem e posteriormente por um coletivo de editores. Os critérios usados no *gatekeeping* são objetivos (estratégia editorial da empresa) e subjetivos (preferências dos editores baseadas em experiência, especialização e conhecimento).

A partir dos resultados da filtragem, os jornalistas fazem as investigações, coleta de dados e entrevistas, que servem de base para o processo de reconstrução de fatos, dados e eventos. Este trabalho é feito a partir de percepções individuais e coletivas das fontes de informação consultadas pelos repórteres, dos próprios repórteres e dos editores encarregados da formatação e publicação da notícia jornalística.

Após a disponibilização para o público, a notícia editada passa pelo processo denominado *two step flow* (fluxo em duas etapas) onde ela é captada por formadores de opinião que incorporam suas percepções,

---

[37] As indústrias da comunicação são formadas por empresas que atuam no setor da comunicação social.

opiniões e conhecimentos, antes de repassá-la à massa dos leitores, ouvintes, telespectadores e internautas.

A notícia jornalística convencional chega assim ao seu destinatário final depois de passar por uma série de filtros, que retiram elementos e agregam outros, conforme os interesses, conhecimentos e experiência das várias instâncias envolvidas no processo de edição.

3.7.2 Caracterização do processo curatorial

A curadoria de informações se caracteriza pela seleção, agregação de valor e publicação de conteúdos extraídos de veículos de comunicação jornalísticos e não jornalísticos.

Para curadores experientes como Robin Good, autor do blog *Content Curation World*[38], a sistemática da curadoria pode ser detalhada nos seguintes passos:

a) identificação de fontes confiáveis e que oferecem conteúdos relevantes, pertinentes e atualizados;

b) filtragem e seleção. São dois procedimentos diferentes: Filtragem é uma captura com critérios pouco precisos, voltada mais para a amplitude e diversificação da busca e geralmente feita por algoritmos. Seleção é uma etapa seguinte, realizada após a filtragem grossa, onde o foco já é mais definido e voltado para o tema objeto da curadoria;

c) agregação de valor. Processo intensivo de conversão de dados em informação por meio da contextualização, estabelecimento de correlações e identificação de protagonistas. Envolve também a personalização e customização dos conteúdos, etiquetagem (*tagging*) dos temas principais e formatação;

d) difusão. É a transmissão do material submetido à curadoria para os seus receptores. É uma etapa orientada pelos procedimentos de comunicação e de geração de fluxos de material curado. É a etapa responsável pela geração da interatividade entre curador (emissor) e usuários (receptores).

A curadoria de informações é uma prática desenvolvida tanto por indivíduos[39], de forma autônoma ou dentro de organizações, como por

---

[38] GOOD, Robin. Content Curation World. In: DECUGIS, Guillaume. Scoop. San Francisco: Scoop.it Inc., 2015. Disponível em: <http://curation.masternewmedia.org/>. Acesso em: 18 jul. 2014.

[39] Ver entrevista com Carlos Eduardo Lins e Silva. Anexo 13.

comunidades de curadoria integradas por voluntários [40] ou por funcionários de organizações.

Bruns (2005, p. 17) estudou o exercício da curadoria a partir da diferenciação entre dois processos de identificação de fontes: *gatewatching* e *gatekeeping*. Para o autor, *gatewatching* é:

> [...] a observação do conteúdo publicado por empresas e organizações com o objetivo de identificar materiais relevantes à medida que forem sendo divulgados...

O *gatewatching* é o oposto do *gatekeeping*, expressão usada no jornalismo para identificar o processo de seleção das notícias que serão publicadas. Enquanto este último procura fechar as portas de uma publicação para notícias consideradas pouco relevantes ou não pertinentes ao público alvo, o *gatewatching* procura abrir o mais possível o espectro de fontes informativas para lograr diversificar o material selecionado, tendo em vista uma contextualização mais ampla.

Esta preocupação com a diversificação de enfoques é comum tanto ao curador individual de notícias como às comunidades de curadoria, como ocorre no caso dos colaboradores da revista online *Slashdot*[41].

A edição jornalística procura simplificar os processos para atender limitações de espaço ou tempo, enquanto a curadoria de informações desenvolvida em ambiente virtual enfrenta um desafio oposto. Ela lida com uma avalancha de dados e informações e por utilizar uma plataforma digital não tem as mesmas limitações de espaço e tempo do ambiente analógico. A curadoria de notícias online pode realizar uma filtragem de dados muito mais ampla e diversificada, permitindo uma avaliação da complexidade do tema em estudo.

Nestas circunstâncias, o curador evita afirmações taxativas, do tipo certo ou errado, e prefere fazer recomendações, o que reduz a interferência de suas percepções individuais. O curador não procura reconstruir um fato, dado ou evento, mas sim fornecer elementos para

---

[40] Ver ROTMAN, Dana; PROCITA, Kezla; HANSEN, Derek; PARR, Cinthia; PREECE, Jennifer. Supporting Content Curation Communities: The Case of Encyclopedia of Life. In: **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 63, n. 6, 1092-1117, 2012.

[41] Ver Bruns (2005), capítulo 3, p, 31.

que o receptor desenvolva sua própria compreensão do fato, dado ou evento.

A necessidade de acelerar a produção de notícias, facilitar a sua aceitação pelo público e minimizar a margem de erros (informativos e operacionais) tornou necessária a adoção de normas e procedimentos padronizados que levaram os jornalistas a se preocuparem mais com o sistema de produção do que com o leitor, ouvinte, espectador ou internauta. (SCHUDSON, 1991 apud ZELIZER, 2005, p. 1359).

As diferenças entre edição jornalística e curadoria de informações estão listadas no Quadro 4, a seguir:

Quadro 4 - Diferenças entre edição e curadoria no processamento de notícias.

	Edição	**Curadoria**
Contexto	Geração de receita	Geração de conhecimento
Motivação principal	Produto c/ valor de troca	Produto c/valor de uso
Público alvo	Amplo	Segmentado
Instrumento	*Gatekeeping*	*Gatewatching*
Produto Final	Fechado	Aberto
Aplicação	Retorno do investimento	Geração de capital social
Procedimentos	Fixados pela empresa	Fixados pelo curador
Prioridades	Objetividade, isenção e exatidão	Diversidade, pertinência, relevância e interatividade

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.8 CURADORIA DE INFORMAÇÕES E CAPITAL SOCIAL

Foi mostrado como a curadoria pode funcionar como ferramenta para reduzir os efeitos desorientadores da avalancha informativa, bem como suas relações com a estruturação da informação e a geração de conhecimento. Mas o principal efeito do uso da curadoria, está na sua participação nos fluxos informativos responsáveis pela produção de conhecimento socialmente relevante.

Essa abordagem nos leva à ideia de capital social, um conceito que engloba os recursos embutidos numa estrutura social e que são acessados ou usados em ações propositivas. (LIN, 2006, p. 4).

Esses recursos incluem o conjunto de conhecimentos produzidos no interior de grupos sociais onde os indivíduos estão integrados em redes presenciais ou virtuais. O capital social é um conhecimento desenvolvido e compartilhado coletivamente.

A acelerada expansão das redes sociais virtuais provocou alterações significativas na interatividade entre os membros de uma comunidade, com reflexos na geração de capital social. (CASTELLS, 2007).

Entre as mudanças sociais destacam-se:

a) o aumento na diversidade das comunidades apoiadas em redes virtuais estruturadas na internet, fenômeno estudado por Castells, em sua obra A Sociedade em Rede: A Era da Informação (CASTELLS, 2007). Como consequência aumentou a diversidade de aportes informativos e a necessidade de curadoria na seleção, agregação de valor e disseminação do material curado. A diversificação das percepções no interior de uma comunidade/rede influi diretamente no tipo de capital social desenvolvido, como afirma Sunstein (2006). O autor mostrou que quanto mais homogêneo for o aporte de notícias recebidas por uma comunidade, maior será a tendência ao radicalismo e à xenofobia. Polanyi (1996), por seu lado, mostrou que quanto maior a diversidade de insumos informativos não estruturados maior a riqueza do produto final estruturado (capital social);

b) ocorreram alterações significativas nas relações entre os membros de uma rede/comunidade. A estrutura aberta da internet favoreceu a tendência à heterarquia, ou seja, surgimento de estruturas descentralizadas e horizontais que favorecem a incorporação de percepções minoritárias na massa de notícias submetida à curadoria. Melucci (1996, p. 216-220) denominou este fenômeno de construção de uma sociedade sem centro, aglutinada em torno de um espaço público de representações;

c) o caráter das redes também foi alterado. A disseminação do uso da internet permitiu que as redes se tornassem mais permeáveis e abertas, reduzindo a preocupação com a autodefesa e proteção de interesses específicos;

d) surge o conceito de individualismo em rede (WELLMAN, 2001) para identificar o conjunto de indivíduos e suas percepções, cuja identidade pessoal é mantida, dentro da comunidade. Isso é

possível por razões tecnológicas dada a existência de espaço (virtual) para a preservação de identidades pessoais, o que é inviável em redes presenciais por causa das limitações de espaço físico. Isto favorece a produção de conhecimento/capital social individual dentro do coletivo, sem que um bloqueie o outro.

A produção de capital social em comunidades envolve três atividades específicas que podem ser desenvolvidas por uma mesma rede ou por grupos diferenciados de pessoas. Com base na pesquisa de Rotman, Procita, Hansen, Parr e Preece (2012) é possível classificar essas três atividades como:

a) Comunidades de coleta de Dados (CCD) – atividade típica de comunidades como a dos colaboradores de sites como *YouTube*, *Flickr*, *Last FM* ou mecanismos de busca, tanto de caráter geral, como o *Google*, como os especializados (buscas verticais) como o *Yelp* [42] (buscas locais) e o *Trulia* [43] (buscas no mercado imobiliário). Os participantes de uma comunidade deste tipo apenas selecionam os dados e os disponibilizam pela internet;

b) Comunidades de curadoria de Informações (CCI) – como no caso da *Encyclopedia of Life*, onde um grupo de editores seleciona as informações fornecidas por colaboradores acadêmicos e não acadêmicos. Nesta categoria se insere também o projeto *NewsTrust*, de curadoria de informações jornalísticas[44];

c) Comunidades de publicação de recomendações informativas (CPR) – caso dos sites dos editores da revista tecnológica virtual *Slashdot* [45].

As três atividades em comunidades de curadoria em redes sociais são indissociáveis uma da outra, o que as diferencia é a ênfase num ou noutro campo, bem como nos resultados obtidos. Os casos citados como exemplos são projetos que se tornaram referência no campo da filtragem, seleção, agregação de valor e difusão de informações.

Uma informação dá origem a capital social na medida em que sua relevância, pertinência, usabilidade e confiabilidade chamam a atenção de um indivíduo acionando sua capacidade de reflexão e de recombinação de informações novas e antigas. Esta recombinação está

---

[42] STOPPELMAN, Jeremy et al. **Yelp**. San Francisco: NYSE - YELP, 2004-2015. Disponível em: <http://www.yelp.com/>. Acesso em: 10 fev. 2012

[43] **Trulia**, 2015. Disponível em: <http://www.trulia.com/>. Acesso em: 10 fev. 2012.

[44] FRANKLIN, Tim et al. **Newstrust**. St. Petersburg: Poynter, 2015. Disponível em: <http://newstrust.net/>. Acesso em: 10 fev. 2012.

[45] MALDA, Rob. **Slashdot**. New York: Dice Holdings, 2015. Disponível em: <http://slashdot.org/>. Acesso em: 10 fev. 2012.

na origem da produção de conhecimento individual que, ao ser compartilhado coletivamente, dá origem ao capital social. Segundo Lin (1999, p. 30), uma informação também é avaliada pelos seus receptores em função da expectativa de benefícios individuais ou coletivos:

> [...] o pressuposto por trás da noção de capital social é bastante simples e direto: investimento em relações sociais tendo em vista a expectativa de retorno.

Ainda segundo o mesmo autor, a expectativa de retorno dentro do processo de produção de capital social está determinada por quatro fatores:

a) informação - as redes, especialmente as virtuais, permitem um compartilhamento rápido de dados e a recombinação das percepções individuais ou coletivas. Outra vantagem do compartilhamento em redes virtuais é a maior possibilidade de opiniões minoritárias chegarem ao conhecimento de todo o grupo;

b) influência – o fato das pessoas estarem mais próximas, presencial ou virtualmente, favorece o exercício da influência e liderança;

c) credenciais sociais – o conhecimento individual e o grau de conexões de uma pessoa são referências chaves na produção de capital social coletivo;

d) identidade grupal – é um fator essencial na produção de capital social porque age simultaneamente na geração e reforço do conhecimento estruturado coletivamente.

A preocupação com o retorno ou benefícios pode ser vista como uma herança da abordagem de inspiração marxista feita por Bourdieu, um dos primeiros a trabalhar com o conceito de capital social. O retorno no capital social seria uma forma de excedente cognitivo capaz de ser convertido em benefícios materiais que tornaria atrativa a associação em comunidades. Esta mesma ideia está na base da concepção funcionalista de Coleman (1990), segundo a qual o capital social só existe quando produz resultados.

Putnam (2001), um dos autores de referência na questão do capital social, também se preocupa com a questão dos resultados, pois a sua teoria sociocultural apoia-se numa pesquisa feita no norte da Itália

onde ele comprovou que as comunidades mais estruturadas socialmente eram também as mais desenvolvidas economicamente.

Consequentemente a medição dos resultados num processo de produção de capital social passou a ser relevante porque não só indica a eficiência da recombinação de conhecimentos mas também revela a intensidade de uso da curadoria nas recomendações de notícias em circulação na comunidade.

Para Lin (1999) a avaliação quantitativa do capital social pode ser feita de três formas:

a) pelo posicionamento do indivíduo dentro da rede que serve de suporte à comunidade;

b) pelo tipo de recursos disponíveis pela rede como tecnologias usadas, status social e poder político;

c) pelo grau da interatividade entre os integrantes da rede. A intensidade da interação pode variar conforme o contexto na qual estão inseridas. Uma rede pode ser muito ativa num determinado momento em função do interesse despertado por alguma notícia e entrar em fase de hibernação noutro momento pela ausência de estímulos à interação entre os seus membros.

Os autores como Lin (1999) e Winch (2006) concordam que a medição do capital social é uma questão complexa e ainda pouco aprofundada porque exige pesquisas mais extensas. Eles salientam que os trabalhos realizados até agora não permitem generalizações porque a avaliação da produção de capital social leva em conta fatores muito específicos das comunidades estudadas e só a codificação de uma grande diversidade de pesquisas permitirá o desenvolvimento de categorias capazes de fundamentar teorias sobre medição do capital social.

O capital social desenvolvido em comunidades por meio das redes virtuais ou presenciais fecha o ciclo de produção de conhecimento deflagrado pela curadoria de informações.

4. A CURADORIA DE INFORMAÇÕES E O CUBO DE BOISOT

A pesquisa da bibliografia acadêmica sobre o papel dos fluxos noticiosos na produção de conhecimento nos levou até os trabalhos de Max Boisot, autor do conceito de Espaço Informativo (EI)[46]. Espaço Informativo é um modelo conceitual que relaciona a estruturação e

[46] No original em inglês**,** *I-Space* ou *Information Space*

contextualização de dados com o seu compartilhamento numa população de agentes processadores. (BOISOT, 1995).

O princípio central que rege os fluxos informativos num EI é o de que quanto maior a estruturação de um dado, maior sua possibilidade de compartilhamento. E quanto maior o índice de disseminação do dado estruturado, maior sua capacidade de gerar conhecimento entre os participantes por meio do compartilhamento.

O conceito de curadoria como processo que filtra, seleciona, agrega valor e compartilha informações é por natureza estruturador o que confere à função de curdor o caráter de agente processador de dados.

A prática da curadoria de notícias reúne num ambiente digital (rede social virtual), agentes processadores (blogueiros curadores, visitantes cadastrados e visitantes ocasionais) que interagem entre si por meio de comentários e reações gerando fluxos informativos de intensidade crescente. Segundo Boisot, os fluxos informativos ampliam as possibilidades de interação ao expor um maior número de agentes processadores aos conteúdos disseminados.

Para o mesmo autor, a geração de conhecimento dentro de um Espaço Informativo é um processo cujo resultado final é impossível de prever porque depende de recombinações pessoais, que muitas vezes não resultam em conhecimento explícito. Trata-se de um processo comparável à metáfora do Dente de Leão (Dandelion)[47], usada por alguns autores [48] para exemplificar a imprevisibilidade das consequências da disseminação de informações em redes sociais (Figura 1).

Figura 1 - Sementes da flor Dente de Leão.

[47] *Dandelion* (*Taraxacum officinale*) é o nome, em inglês, de uma planta cujas sementes em forma de pequenos paraquedas se agrupam em pequenas esferas e que uma vez sopradas pelo vento espalham-se de forma imprevisível. O resultado da disseminação de sementes, a metáfora para dados estruturados, só será percebido um ano depois quando a germinação produzir novas esferas de sementes. Em português a planta *Dandelion* tem inúmeras traduções sendo a mais comum, Dente de Leão. O Efeito Dandelion inspirou a canção *Blowin in the Wind*.

[48] Um dos autores que usam a Dandelion Metaphor é o escritor canadense Cory Doctorow. Ver em <http://www.locusmag.com/Features/2008/05/cory-doctorow-think-like-dandelion.html>.

Fonte: Foto de J. Frasse, disponibilizada gratuitamente por Stock Photo – image 1008964.

A impossibilidade de prever onde e quando o conhecimento "germinará" faz com que o estudo dos fluxos informativos seja uma ferramenta eficiente para avaliar a produção cognitiva dentro de um Espaço Informativo.

4.1 ESPAÇO INFORMATIVO E PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO

O conceito de Espaço Informativo foi desenvolvido por Max Boisot a partir da associação entre processos individuais e coletivos na geração de conhecimento. O processo de geração de conhecimento ocorre no cérebro de um indivíduo por meio da percepção, codificação e abstração.[49]

Para Boisot (1995, p. 8):

> O Espaço Informativo nos permite estudar como o conhecimento e as informações fluem através do

[49] Abstração para Boisot é o que Creswell chama de categorização.

> sistema (campo informativo[50]) e como ambos evoluem enquanto circulam. Estes fluxos descrevem um processo cognitivo que Boisot definiu como aprendizagem social por meio do qual novos conhecimentos e informações são incorporados ao sistema.
>
> O fluxo recorrente de informações dá origem a padrões transacionais que em determinadas circunstâncias se cristalizam em organizações e instituições cujas características refletem sua localização no Espaço Informativo. As estruturas resultantes exercem uma influencia recíproca nos fluxos e posteriormente ajuda a formatá-los, tudo no ambiente em que o processo ocorre. Assim, chegamos a uma versão baseada na informação daquilo que Anthony Giddens rotulou de processo estruturante [...] No Espaço Informativo, a cultura surge como uma configuração particular dos fluxos e estruturas , como uma expressão de estratégias de produção e compartilhamento de informações dentro e entre grupos sociais. Disto resulta que a economia política da informação, isto é a teoria de sua produção e troca, é coincidente com a teoria da cultura. (Boisot, 1995).[51]

O grau de formatação, apresentação, organização e contextualização de uma informação determina a facilidade e rapidez com que ela será compartilhada pela via da comunicação dentro de um espaço informativo. Para Boisot e Cox (1999, p. 528), uma informação pode ser estruturada segundo duas dimensões: codificação e abstração.

A codificação, segundo os dois autores, mede a velocidade e a facilidade com que um fenômeno ou objeto pode ser enquadrado numa dada categoria perceptiva ou conceitual. Noutras palavras, a codificação

---

[50] Campo informativo é um conceito também desenvolvido por Boisot para identificar o espaço físico e virtual por onde fluem os dados estruturados que alimentam a interação entre os agentes e geram conhecimento.

[51] Traduzido pelo autor com base no original disponibilizado no Google Books em <http://books.google.com.br/books?id=Oa4wwRD6Sf8C&pg=PA93&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false>.

seria a forma pela qual um indivíduo situa um dado recebido em seu mapa mental. Este enquadramento pode ser feito de inúmeras maneiras e dependerá da amplitude do conhecimento do indivíduo. Quanto maior a velocidade e facilidade no enquadramento, maior o grau de codificação das categorias. (BOISOT; COX, 1999).

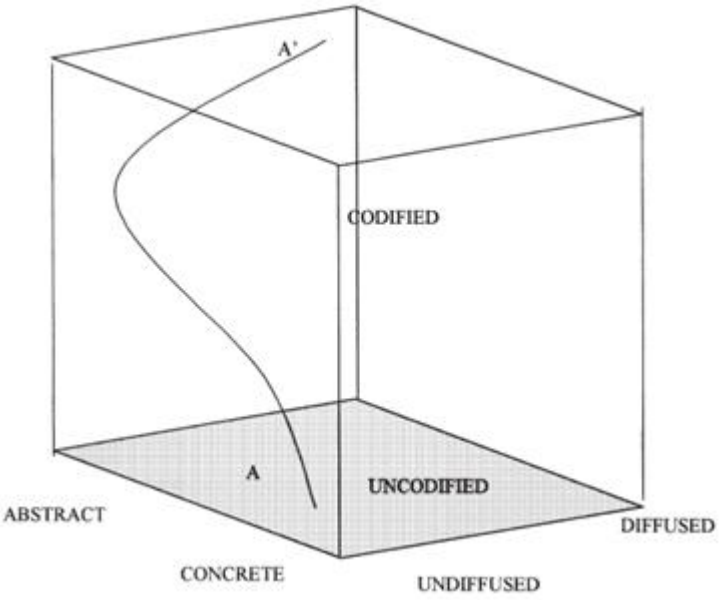
Já a abstração mede o número de categorias conceituais e de percepção necessárias para capturar o fenômeno. Quanto menos categorias forem necessárias, maior o grau de generalização do fenômeno ou objeto e maior o índice de abstração do mesmo. Em situações específicas, as categorias percepção e conceituação se interpenetram. (BOISOT; COX, 1999, p. 528).

A estruturação (codificação e abstração) e difusão (fluxo) de informações ocorrem em redes sociais virtuais e colaborativas onde agentes processadores (indivíduos ou softwares) capturam eventos situados fora da rede, utilizando categorias específicas. Segundo Boisot e Cox, quanto maior o número de categorias usadas, mais ampla será a rede por onde a informação poderá circular. Um fenômeno ou objeto definido por múltiplas categorias pode ser identificado e capturado por um número maior de agentes localizados em redes diversificadas cultural e geograficamente.

> O conhecimento dentro de um Espaço Informativo pode ser pensando como uma série de padrões superpostos de ativação dentro e entre redes, padrões estes que espelham o seu (do conhecimento) grau de codificação e abstração, e consequentemente, seu nível de difusão. Esse conhecimento não é estático dentro de um Espaço Informativo, mas evolui temporalmente Essa evolução é capturada por um movimento cíclico que se expressa num processo de aprendizado. (BOISOT; COX, 1999, p. 529, tradução nossa).

O modelo básico do processo de estruturação e difusão dentro de um Espaço Informativo foi idealizado por Boisot como um cubo tridimensional, também chamado de Cubo de Boisot (ver Figura 2).

Figura 2 - Modelo do processo de estruturação e difusão de informações.

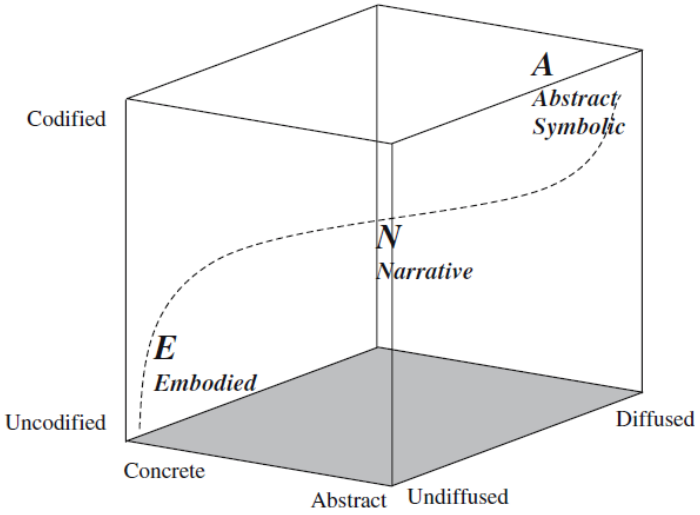


Fonte: Boisot e Cox (1999, p. 529).

No modelo, duas arestas horizontais medem os graus de abstração e difusão, enquanto uma aresta vertical quantifica o índice de codificação. No exemplo reproduzido acima, a linha A representa um caso ideal onde o traçado marca a intersecção dos valores medidos e inseridos no modelo. No início, a estruturação do fenômeno ou objeto é concreta e pouco difundida, mas à medida que os agentes processadores avançam na codificação, cresce o grau de abstração e consequentemente também o de disseminação dentro do espaço informativo.

Boisot foi mais específico sobre o processo de produção de conhecimento no interior de um Espaço Informativo no gráfico desenvolvido num trabalho conjunto com Li, conforme mostra a Figura 3.

Figura 3 - Conversão de conhecimento tácito (*Embodied*) em explícito (*Symbolic*) num Espaço Informativo configurado pelo Cubo de Boisot.



Fonte: Boisot e Li (2006, p. 238).

Na figura citada, o dado concreto (*Concrete*) e não codificado (*Uncodified)* está embutido (*Embodied*) em indivíduos ou grupos de indivíduos, sem ser disseminado (*Undiffused*). É o que Polanyi (1996) definiu como conhecimento tácito. À medida que os agentes (indivíduos ou grupos de indivíduos) intensificam a codificação, o dado se transforma em informação assumindo uma forma narrativa (*Narrative*) e mais difundida (*Diffused*) ou comunicável. A continuação do processo amplia a difusão e a codificação gerando conteúdos informativos abstratos e simbólicos (*Abstract Symbolic*), capazes de serem percebidos e captados por agentes situados noutros espaços informativos.

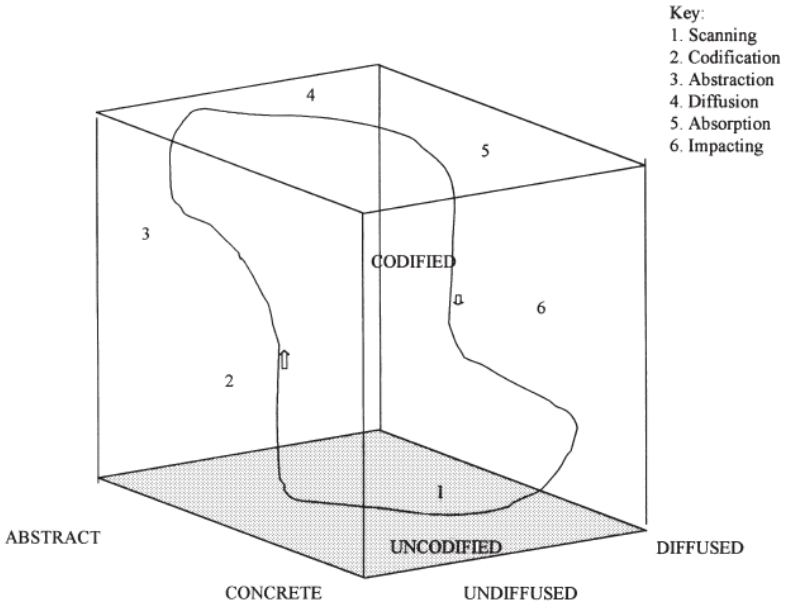
4.2 FLUXO DE INFORMAÇÕES

O estudo do fluxo de informações dentro do Espaço Informativo foi uma das principais preocupações de Max Boisot em sua pesquisa sobre produção de conhecimento a partir do processo de estruturação de dados. Boisot e Cox (1999, p. 529) afirmam que o conhecimento surge a partir de fluxos cíclicos de estruturação de dados.

Os fluxos surgem a partir da percepção ou captura de dados, fatos, eventos e objetos pelos sentidos humanos (*scanning* - 1). Os

elementos capturados são inseridos na memória de curto prazo onde inicia-se o processo de codificação (2) que é seguido pelo processo da abstração (3) e pela difusão (4). As informações (dados estruturados) resultantes são absorvidas (5) pela memória de longo prazo através de um processo de reflexão e geram o desenvolvimento de novos comportamentos, valores e visões de mundo (Impacto – 6). A ideia de Boisot e Cox (1999) pode ser visualizada na Figura 4.

Figura 4 - Visualização dos fluxos de informação dentro de um Espaço Informativo.



Fonte: Boisot e Cox (1999, p. 530).

Os fluxos de dados partem de uma etapa caracterizada por uma percepção concreta, pouco codificada e pouco difundida. Em seguida, a codificação e a abstração aumentam até alcançar o topo do cubo quando se intensifica a difusão ou disseminação do conteúdo informativo que é absorvido por outros agentes gerando impactos no comportamento e valores individuais e coletivos.

São fluxos cíclicos permanentes que se iniciam como dados (percepção não estruturada) que, depois de codificados e transformados em categorias teóricas (abstração), transformam-se em informação que, por sua vez, alimenta o processo de reflexão e internalização responsável pela produção de conhecimento individual. A informação é disseminada por meio de plataformas de comunicação para ser percebida como dado não estruturado por outros indivíduos que reiniciam o ciclo descrito por Boisot e Cox.

Ainda segundo Boisot, o fluxo de dados está diretamente vinculado à comunicação. Não há fluxo sem comunicação.

4.3 A COMUNICAÇÃO NA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO

Os fluxos informativos no interior de um Espaço Informativo são constituídos por uma sequência constante de mensagens entre emissores e receptores. A importância assumida por esta transmissão de conteúdos levou Boisot a detalhar o papel da comunicação em suas pesquisas sobre produção de conhecimento.

O curador é, por natureza, um comunicador, pois ele interpreta a relevância, pertinência, atualidade e confiabilidade de um dado e o codifica segundo categorias manejadas pelos membros de sua comunidade. Quanto maior for a interatividade entre o curador e sua comunidade, maior o conjunto de categorias a serem usadas na codificação e abstração. O curador deve ser um exímio codificador.

A comunicação, segundo Boisot (1995, p. 97) é a habilidade de selecionar posições nos processos de codificação e abstração de acordo com as circunstâncias (características da comunidade) e conforme a necessidade de alternar entre uma posição e outra. É a habilidade que permite a cada indivíduo desenvolver, dentro dos limites de sua capacidade intelectual, o grau de permeabilidade do seu espaço cognitivo a espaços de outros indivíduos.

Para o autor, quanto mais complexo e não estruturado for o dado submetido ou captado pelo curador, mais importante a sua participação no processo. Boisot usou como metáfora o caso dos críticos de arte na interpretação das obras do pintor Pablo Picasso.

Para Boisot (1995), o pintor procurou materializar percepções e sentimentos pessoais por meio de imagens. A codificação destas imagens em palavras escritas ou verbalizadas não é consensual, por causa da natureza das percepções personalistas e intimistas de Picasso. Ele teve muita dificuldade em codificar sua pintura em palavras e textos.

Alguns de seus críticos e admiradores conseguiram ser mais felizes nessa codificação, mas o produto final transformado em conhecimento explícito incorporou percepções pessoais dos autores. Assim a conversão de dados, ou conhecimento tácito, é inevitavelmente um processo sempre incompleto e sujeito a polêmicas por conta de percepções individuais. (BOISOT, 1995, p. 94).

Quando a informação já é amplamente codificada por ter sido submetida previamente a um intenso processo de estruturação e comunicação, a produção de novas informações passa a depender mais do processo de abstração, ou seja de sua codificação em categorias mais abrangentes e portanto necessariamente mais abstratas porque priorizam as características globais em prejuízo das individuais ou particulares (BOISOT; COX, 1999; MACMILLAN; HAN, 2007).

A maior parte dos estudos de Boisot está centrada no fluxo abstrato de informações, mas ele pesquisou também o papel do design na comunicação. Segundo o autor, o design bem como os artefatos encapsulam o conhecimento e o arquivam na forma física ou na sua representação (BOISOT, 1995, p. 99); mas salienta que os artefatos e o design precisam ser vistos na sua forma dinâmica, ou seja, um artefato ou um design são dados cuja codificação, abstração e difusão (comunicação) dependem do tipo de espaço informativo do indivíduo, ou indivíduos, que o percebe. Por exemplo, o logotipo da Rede Globo de Televisão é um tipo de design facilmente identificado pelos brasileiros, mas é algo estranho para um aborígene australiano, que pode codificá-lo de forma totalmente diferente.

5. ESTUDO DE CASO

5.1 CRITÉRIOS PARA ESCOLHA DO CASO PESQUISADO

Como já foi mostrado, a curadoria de informações ainda é um tema pouco frequente na literatura acadêmica embora seja muito discutido nas redes sociais virtuais. Os estudos acadêmicos sobre curadoria de informações são em sua grande maioria abordagens teóricas do tema, enquanto o empirismo predomina nos debates e troca de experiências entre usuários da Web.

Esta diversidade de abordagens nos levou a buscar experiências concretas de curadoria de informações visando contribuir para uma maior aproximação entre a pesquisa acadêmica e a grande variedade de experiências empíricas desenvolvidas por empreendedores na Web, programadores e profissionais liberais.

Para atingir esse objetivo, a primeira etapa foi identificar as principais experiências tomando como referência o artigo escrito em 2012 pela antropóloga e bibliotecária da Universidade de Minnesota, Nancy K. Herther. Ela organizou uma lista de 13 projetos pagos de curadoria de informações e 20 gratuitos. (HERTHER, 2012).

No mesmo ano de 2012, o consultor Robin Good atualizou um mapa virtual[52] elaborado em 2011, contendo mais de 100 programas e serviços relacionados à curadoria de informações. Good classificou os programas de acordo com suas funções específicas dentro do processo de curadoria.

Em abril de 2013, a consultora de marketing online Shirley Williams, publicou no site *Teach Thought*[53] uma lista de 55 softwares e serviços online especializados na curadoria de informações.

Sete projetos de curadoria de informações aparecem em todos os três levantamentos pesquisados e foram pré-selecionados para participarem da escolha final do estudo de caso. São projetos com características bem definidas no que se refere à plataforma tecnológica, ao design e à proposta de curadoria, tendo em comum a preocupação de filtrar e selecionar conteúdos informativos e sua disseminação por meio de mídias.

As principais características dos sete projetos, selecionados[54] em março de 2013[55], e que se autodefinem como de curadoria, podem ser resumidas da seguinte forma:

a) *Pearltrees* [56] é um projeto colaborativo que prioriza a organização visual dos conteúdos inseridos por usuários, segundo seus interesses pessoais;

b) *Storify* ajuda seus usuários a criarem e compartilharem narrativas a partir da busca de dados, fatos, eventos e notícias selecionados segundo os objetivos do autor;

---

[52] Mapa disponível em: <http://www.mindmeister.com/pt/55395228/content-curation-tools-the-newsmater-toolkit-by-robin-good-2012>. Acesso em: 12 nov. 2013

[53] HEICK, Terry et al. **Teach Thought**. Disponível em: <http://www.teachthought.com/learning/55-content-curation-tools-to-discover-and-share-digital-content/>. Acesso em: 03 nov. 2013.

[54] A partir da data de corte (11 dez. 2013) para a seleção dos projetos a serem analisados surgiram vários outros projetos que não foram inseridos na amostra.

[55] A data tomada como referência para a seleção dos projetos é relevante porque o desenvolvimento de novos softwares na área da curadoria de informações é muito dinâmico. Após a data de corte surgiram outros projetos que não foram tomados em conta.

[56] **Pearltrees**. Paris: Broceliand SAS, 2015. Disponível em: <http://www.pearltrees.com/>. Acesso em: 2013.

c) já o *Bundlr*[57] prioriza a captura manual de páginas web de interesse do usuário e sua organização em clippings virtuais compartilháveis com outros usuários;

d) *Paper Li* é um programa voltado para a publicação de periódicos online com informações selecionadas pelo usuário;

e) *Curata*[58] é um serviço pago oferecido para empresas que desenvolvem operações de marketing de marcas e produtos;

f) *Scoop It* é uma rede de blogs produzidos por curadores individuais que trocam informações entre si;

g) *Bag the Web*[59] usa a metáfora da bolsa para oferecer a seus usuários um sistema onde eles podem estabelecer relações entre dados, fatos, eventos e notícias tendo como eixo o foco social.

Os sete projetos foram analisados tendo como parâmetro central os objetivos desta tese visando determinar qual deles dá mais importância à geração de conhecimento por meio do fluxo de informações e dados entre seus usuários. Para atingir este objetivo foram estabelecidos os seguintes critérios desenvolvidos a partir da do conceito de curadoria proposto para este trabalho. Os critérios foram os seguintes:

a) operação em ambiente digital online;

b) utilizar como princípios básicos a seleção, agregação de valor e disseminação de dados;

c) ter como matéria prima a curadoria de dados, fatos, notícias e informações de interesse social, econômico, político e cultural;

d) operar de forma coletiva e colaborativa em comunidades sociais virtuais;

e) disponibilizar os conteúdos curados em plataformas de publicação de livre acesso e em formato multimídia;

f) permitir a interação entre usuários e visitantes;

g) permitir buscas em todo o seu arquivo de postagens.

5.2. JUSTIFICATIVA PARA ESCOLHA DO PROJETO SCOOP IT

O projeto *Scoop It* foi o que mais se enquadrou nos critérios estabelecidos devido às seguintes razões:

---

[57] SANTOS, Sérgio; BATISTA, FILIPE. **Bundlr**. Coimbra: Made in Coimbra, 2012. Disponível em: <http://bundlr.com/>. Acesso em: 2013.

[58] DESHPANDE, Pawan et al. **Curata**. Boston: Curata Inc., 2015. Disponível em: <http://www.curata.com>. Acesso em: 2013.

[59] **Bag the Web**. Houston: WordPress, 2015. Disponível em: <http://www.bagtheweb.com/>. Acesso em: 2013.

a) apoia-se num software próprio cuja principal virtude é facilitar o compartilhamento dos textos recomendados pelos seus usuários bem como dos comentários publicados por eles.
b) reúne uma grande diversidade de temas e de usuários, incluindo acadêmicos de renome mundial, consultores, empreendedores, profissionais liberais e ativistas distribuídos por todos os continentes.
c) o *Scoop It* começou a funcionar em 2011 apoiado numa plataforma tecnológica cuja preocupação principal era combinar algoritmos e conhecimento humano para desenvolver um sistema capaz de localizar na Web conteúdos informativos recomendados por membros cadastrados e cuja relevância, pertinência e credibilidade são compartilhados pelo conjunto dos usuários.
d) o sistema conta com uma rede de 4.700 blogs especializados em curadoria distribuídos em 24 categorias ou tópicos temáticos. Nos dois anos de existência do projeto, ele foi visitado por 100 milhões de pessoas e publicou 50 milhões de postagens[60], o que dá uma média de aproximadamente 92,5 mil postagens [61] submetidas diariamente à curadoria no site.
e) todas as postagens de todos os blogs e respectivos comentários estão disponíveis online desde a primeira edição, para usuários cadastrados.
f) o sistema foi desenvolvido pelo engenheiro Guillaume Decugis e pelo empreendedor Marc Rougier.

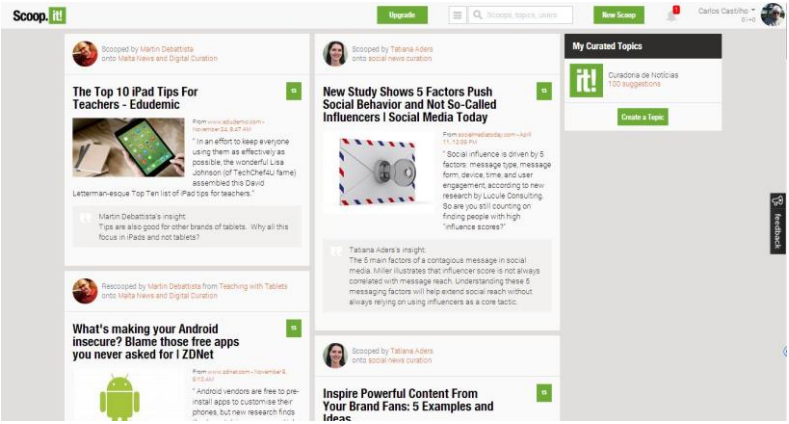
5.3 COMO FUNCIONA O SCOOP IT

Para criar um blog de curadoria no Scoop It, o interessado deve acessar a página de abertura do projeto (www.scoop.it) e fazer o seu cadastramento clicando na aba *Join Free* (Adesão grátis). Feito o cadastramento, o programa instala um *cookie* no seu computador e todos os futuros acessos já identificam o usuário, no canto direito no alto da página (Figura 5).

Figura 5 - Reprodução da página pessoal de um usuário da rede *Scoop*.

---

[60] Dados fornecidos pelo site Scoop em comunicado distribuído à imprensa no dia 4 de novembro de 2013.
[61] Dado calculado a partir da estimativa de 50 milhões de postagens em 18 meses fornecida pelo cofundador do projeto, Guillaume Decugis em <http://www.quora.com/Who-curates-the-curators/answer/Guillaume-Decugis?share=1>. Acesso em: 12 nov. 2013.



Fonte: Scoop (2014).

Para criar um blog de curadoria, o usuário deve clicar na aba *Create a Scoop* (criar um Scoop, nome dado pelo projeto aos blogs individuais)) no canto direito superior da *home page* (página de abertura) do site. Em seguida abre uma outra página onde deve ser digitado um nome para o blog (geralmente sobre o tema/foco da curadoria), seleciona o idioma que será usado nas postagens e fornece palavras chaves relacionadas ao tema do blog criado.

Essas palavras chaves acionarão a interatividade com outros curadores inscritos no *Scoop It*, com outras páginas na Web e com os membros de redes sociais virtuais. A plataforma tecnológica do *Scoop* oferece aos seus usuários três fontes de informação sobre o tema escolhido pelo usuário:

a) sugestões de temas a serem submetidos à curadoria, obtidas por meio de buscas às redes sociais associadas ao projeto;

b) indicações feitas a partir do banco de fontes do próprio *Scoop*;

c) recomendações de membros da comunidade *Scoop*.

A página do blog possui na sua parte superior uma barra com as abas:

a) *Manage* (gerência) – usada para gerenciamento da apresentação do blog de curadoria;

b) *Views* (visitas)– indica o numero de visitantes,

c) *Find* (procura) – para buscas na Web e no banco de dados do Scoop;

d) *Shared* (compartilhar) - permite o compartilhamento do material publicado no blog;

e) *Suggestions* (sugestões) – acessa as sugestões de temas selecionadas pelos algoritmos do *Scoop*.

Depois de escolher a página Web onde estão publicados os dados, fatos, notícias ou informações que deseja recomendar, o autor clica no botão situado no canto superior direito *New Scoop*. Abre-se uma nova página onde há um espaço para inserção da URL da página selecionada como fonte; outro espaço para digitar o nome do blog a ser usado para publicação do material; outro (*from*) para identificar o autor da postagem; um espaço maior (*insights*) para a inserção de comentários (opcionais) do autor; e quatro botões onde o autor seleciona em que redes sociais o material será compartilhado. Depois de acionar a tecla *publish*, a postagem estará publicada no blog, disseminada pela rede *Scoop* e disponibilizada para os usuários em geral na Web.

Existem quatro modalidades de publicação dos blogs:

a) Grátis – com limitações no número de blogs/temas que o autor pode criar na rede *Scoop*;

b) Pro–pago, com capacidade de publicar até 10 blogs e uma newsletter mensal;

c) Business – pago, sem limite de temas, publicação coletiva de blogs e newsletter semanal para distribuição entre outros curadores e visitantes;

d) Enterprise – pago e customizável integralmente de acordo com as necessidades do cliente.

Dada a impossibilidade de monitorar o conjunto dos cerca de 4.700 blogs de curadoria de informações[62] incluídos na rede Scoop, foi feita uma triagem para identificar qual deles apresentava maior foco na curadoria de informações. O blog escolhido foi o Content Curation World (CCW - Mundo da Curadoria de Conteúdo), criado em 1999, pelo produtor independente de mídias digitais Robin Good[63]. O CCW apresenta uma média de 600 mil visitantes únicos mensais e dois milhões de *pageviews* anuais.

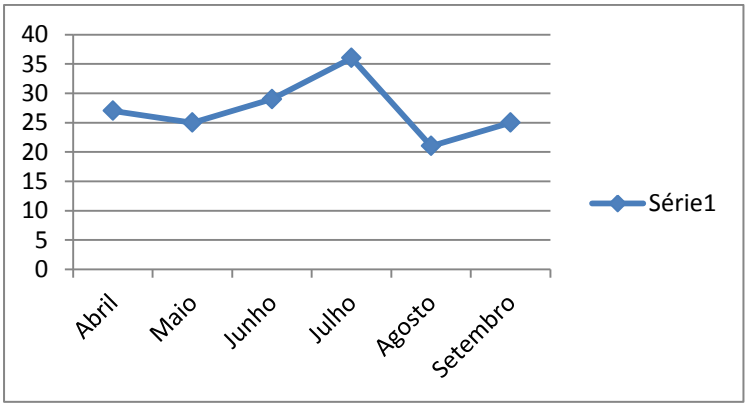
5.4 MONITORAMENTO DO BLOG CONTENT CURATION WORLD

[62] Não há um número exato porque o total varia constantemente devido à entrada e saída de novos scoopiters, jargão da rede para designar os responsáveis por blogs de curadoria.

[63] Robin Good é o codinome de Luigi Canali de Rossi, cidadão italiano, residente em Roma de onde produz o blog CCW.

O monitoramento do blog *Content Curation World* (CCW) envolveu a análise de 163 postagens feitas pelo autor durante os meses de abril a setembro de 2013, período tomado como base para o estudo das características gerais do blog e coleta de dados para estudo do papel da curadoria de informações na geração de conhecimento. A distribuição das postagens ao longo dos meses de monitoramento está no Gráfico 1 e na Tabela 1.

Gráfico 1 - Evolução mensal do número de postagens durante o monitoramento.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 1 - Evolução mensal do número de postagens durante o monitoramento.

Postagens p/mês	
Abril	27
Maio	25
Junho	29
Julho	36
Agosto	21
Setembro	25
Total	163

Fonte: Elaborada pelo autor.

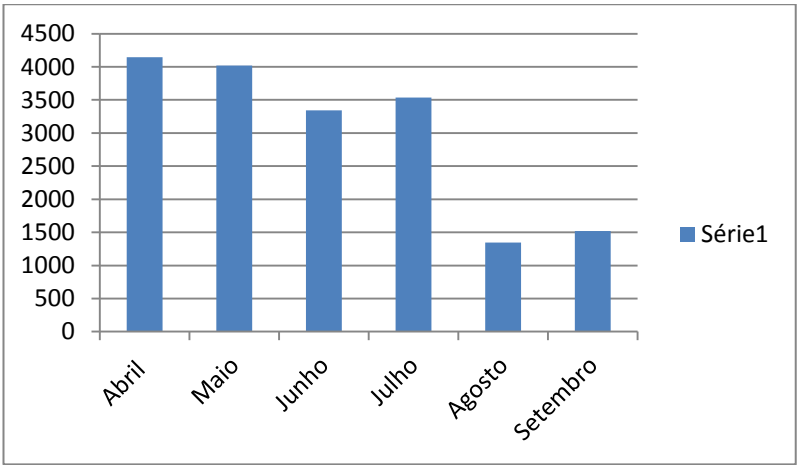
O monitoramento do blog CCW contemplou a codificação de 17.907 reações de outros curadores vinculados à rede Scoop e de visitantes em geral. O curador do CCW usa o termo reações (reactions) para identificar comentários, sugestões, agradecimentos e críticas postados pelos visitantes e usuários cadastrados no blog. A variação mensal das reações pode ser visualizada na Tabela 2 e no Gráfico 2, a seguir:

Tabela 2 - Evolução mensal do número de reações de usuários do blog CCW.

Reações totais por mês	
Abril	4144
Maio	4018
Junho	3340
Julho	3537
Agosto	1346
Setembro	1522
Total	17907

Fonte: Elaborada pelo autor.

Gráfico 2 - Evolução mensal das reações de usuários do blog CCW.



Fonte: Elaborado pelo autor.

A coleta de dados foi dividida em duas partes:

a) Recomendações publicadas pelo autor do blog CCW;

b) Reações dos usuários do blog CCW às recomendações feitas pelo autor.

A separação em partes foi adotada para permitir a codificação dos critérios adotados pelo curador para selecionar o material submetido à contextualização, bem como a codificação do processo de difusão dos conteúdos recomendados.

5.4.1 Recomendações do curador

A análise dos conteúdos usados pelo autor do blog pesquisado para elaborar as recomendações foi feita segundo uma categorização baseada na preocupação com uma identificação dos conteúdos e formas. Recomendações são as páginas web selecionadas pelo curador e incluem comentários publicados por ele para justificar a escolha. As categorias estabelecidas para as recomendações são as seguintes:

a) temática da postagem

b) data da postagem

c) fonte principal

d) tipo da plataforma adotada pela fonte principal

e) foco do material publicado pela fonte principal

O objetivo foi identificar quais os temas que mais motivaram a ação curadora do autor, a frequência e regularidade de seu trabalho, quais as fontes mais usadas, qual a plataforma tecnológica adotada por estas fontes e qual o foco predominante no conteúdo original que serviu como base para o processo de curadoria. A diferença entre tema e foco está no fato do autor ter destacado em determinadas recomendações postadas no CCW elementos informativos que não mereceram o mesmo destaque na publicação original.

5.4.1.1 Temática da postagem

A temática das postagens foi classificada segundo três itens: Software, Curadoria e Estratégias. Os itens foram estabelecidos por meio da codificação e categorização realizada durante a observação direta dos conteúdos postados:

a) a categoria Software refere-se aos temas relacionados a tecnologias de informação e comunicação, tanto na modalidade hardware como na dos softwares;

b) curadoria refere-se a temas sobre a curadoria como campo de estudos teóricos e práticos, relacionados à parte conceitual, epistemológica, interdisciplinar e transdisciplinar;

c) estratégias é a categoria relacionada a aspectos práticos do exercício da curadoria, suas aplicações em várias áreas da atividade humana e estudos de caso.

A análise dos temas selecionados pelo autor do blog CCW revela uma clara preferência por questões relacionadas a softwares para o exercício da curadoria online de notícias. O item Software ocupou 48,64% das 163 das postagens publicadas no período do monitoramento. A maior parte dos conteúdos classificados neste item se refere à divulgação, avaliação ou recomendação de novos serviços ou aplicativos eletrônicos voltados para a prática da curadoria de informações.

O item Curadoria caracterizou 33,52% das postagens publicadas pelo autor do blog *Content Curation World* no período entre abril e setembro de 2013. Em números absolutos, foram 62 postagens. São recomendações de textos, vídeos e infográficos sobre trabalhos, debates e pesquisas sobre a curadoria de conteúdos em diferentes áreas do conhecimento humano.

O item Estratégias ocupou 17,84% das postagens no período pesquisado. Neste item, estão os conteúdos relacionados a estudos de casos de aplicação da curadoria de informações em diversos campos da

atividade humana, em especial na educação, comércio eletrônico, marketing, jornalismo e publicação de páginas Web.

A variação mensal na seleção temática feita pelo curador está detalhada nas Tabelas 3 e 4, bem como no Gráfico 3.

Tabela 3 - Variação mensal na seleção temática feita pelo curador em valores absolutos.

	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	total
software	18	12	13	20	10	11	84
curadoria	8	12	14	14	1	13	62
estratégias	1	1	2	2	10	1	17
Total	27	25	29	36	21	25	163

Fonte: Elaborada pelo autor.

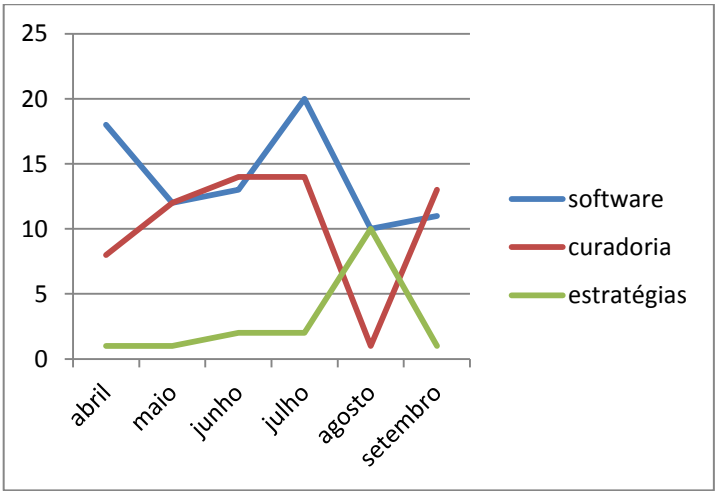
Tabela 4 - Variação percentual na incidência temática das escolhas do autor do blog CCW

Percentuais de incidência temática nas escolhas do autor do blog pesquisado

Tema	Total	%
Software	84	51,54
Curadoria	62	38,03
Estratégias	17	10,43
Total	163	100

Fonte: Elaborada pelo autor.

Gráfico 3 - Variação mensal na seleção temática feita pelo curador do blog CCW.



Fonte: Elaborado pelo autor.

5.4.1.2 Cronologia das recomendações

Durante os seis meses de monitoramento, o autor do blog CCW publicou 163 textos em 183 dias, uma média de quase uma postagem diária (média real de 0,85 por dia). A maior média mensal foi registrada no mês de julho (1,1 postagens diárias), enquanto a menor ocorreu no mês de agosto (0,6 postagem diária), o mês de férias na Itália, país onde mora e trabalha o autor do blog pesquisado (Gráfico 13). Em apenas cinco oportunidades foram publicadas três postagens no mesmo dia, o máximo registrado num só dia.

O comportamento das frequências temáticas ao longo dos meses pesquisados mostra um padrão de irregularidade, com a ocorrência de um período atípico em agosto, com uma queda acentuada das postagens no item Curadoria e uma elevação também acentuada no item Estratégias.

5.4.1.3 Fonte Principal

As fontes de referência usadas pelo autor para produzir e publicar as recomendações a seus leitores revelaram uma enorme variedade e diversidade do material consultado.

No total de 162 publicações usadas como fonte principal para a curadoria no *Content Curation World* só há um caso em que uma fonte

foi usada quatro vezes (*The Next Web*) e três casos (*TED*, *Content Magazine* e *Amazon*) de uso em duas oportunidades.

5.4.1.4 Tipo de fonte

Este item se refere ao tipo de plataforma tecnológica usada pela fonte principal da postagem monitorada nesta pesquisa. Verificou-se uma predominância do formato página Web (34,97% do total dos casos examinados) ao longo dos seis meses de monitoramento na escolha das fontes submetidas à curadoria do autor.

A segunda plataforma mais frequente entre as fontes principais foram os vídeos publicados em sites como *Youtube* e *Vimeo* (20,24% das postagens), seguindo-se artigos publicados em revistas online comerciais e acadêmicas (18,4%), blogs (12,89%), *hotsites* (6,13%), formato *slideshare* (1,84%) e *podcast* (1,23%).

5.4.1.5 Foco do material selecionado

O item foco refere-se ao assunto predominante no texto, áudio ou imagens da fonte principal. Há frequentes coincidências entre o foco e o tema da postagem, mas há muitos casos em que o autor do blog pesquisado destacou um aspecto que não era o mais enfatizado na publicação original.

A listagem do foco das fontes utilizadas mostra uma grande variedade de abordagens com uma predominância dos conteúdos utilitários, aqueles destinados a repassar dados, fatos, notícias e eventos destinados a aumentar a eficiência e eficácia das ações dos usuários.

5.4.1.6 Nota do curador

Nas postagens onde o foco do material publicado pela fonte principal se refere à polêmicas, estudos de caso ou reflexões sobre curadoria, o autor do blog atribui um índice de relevância do material recomendado em postagens. A grande maioria das notas atribuídas varia entre sete e oito.

Nos seis meses de monitoramento foram registradas cinco notas 9 e três no índice máximo, nota 10.

O autor explicou que a nota reflete o seu julgamento pessoal, enquanto a recomendação expressa nas postagens procura ser mais impessoal tendo em vista que a preocupação principal é valorizar mais fatores objetivos do que os subjetivos.

5.4.2 Reações de usuários

A interpretação dos dados do monitoramento relacionados à disseminação das recomendações do autor do blog pesquisado foi dividida em duas áreas: compartilhamentos e comentários. A divisão foi adotada porque ambas as atividades estão relacionadas a procedimentos diferentes em matéria de geração de conhecimento.

a) Os compartilhamentos referem-se prioritariamente à disseminação do material curado entre outros curadores e entre visitantes do blog. Este tipo de ação permite avaliar a intensidade do fluxo de conteúdos emitidos na forma de informação e recebidos como dado a ser contextualizado pelo receptor.

b) Já os comentários produzidos por outros curadores e por visitantes ocorrem num ambiente onde existem condições para observar o processo de troca e recombinação das recomendações resultantes do processo de curadoria pelo autor do blog.

5.4.2.1 Compartilhamentos

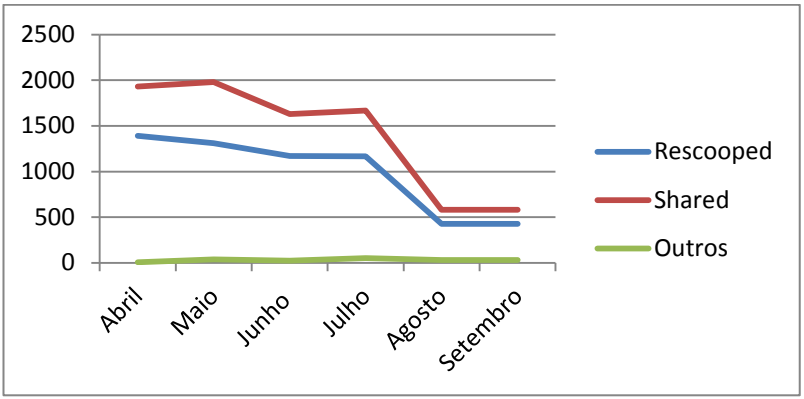
O item Compartilhamentos engloba a difusão pelos visitantes e usuários cadastrados no blog CCW, em redes sociais, das recomendações publicadas pelo curador. O blog classificou os compartilhamentos em duas modalidades: *shared* e *reescooped*. *Shared* são os compartilhamentos feitos fora da rede de usuários cadastrados na rede *Scoop*. *Rescooped*, são os compartilhamentos realizados entre curadores da rede *Scoop*. Os compartilhamentos do tipo *Shared* foram predominantes (47,2%) no conjunto dos compartilhamentos monitorados nos seis meses de monitoramento do *Content Curation World*. Os compartilhamentos do tipo *Rescooped* apresentaram uma incidência global de 33,27% no período pesquisado.

Na evolução mensal verifica-se uma tendência de queda na intensidade do compartilhamentos[64] mas permanece a predominância das reações *Shared* (compartilhamentos externos), conforme mostra o Gráfico 4.

---

[64] Segundo o autor do blog CCW, a queda na frequência é um fenômeno anual e regular causado pela redução da atividade tanto dos curadores como dos usuários em geral, devido ao período de férias no verão europeu.

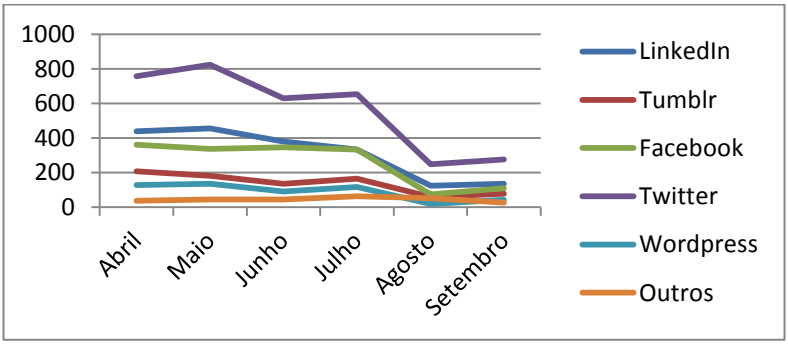
Gráfico 4 - Variação mensal na intensidade de todos os tipos de compartilhamento.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Entre os compartilhamentos do tipo *Shared*, a plataforma *Twitter* apresentou uma clara predominância sobre as demais plataformas com uma incidência de 40,04% no período pesquisado. Segue-se a rede *Linkedin*, com um percentual médio de 22,11% entre abril e setembro de 2013 e com menor frequência *Facebook* (18,5%), *Tumblr* com 9,78%, *Wordpress* como 6,34% e outras plataformas menos usadas (*Viadeo*, *Yammer* e *App Net*) que somadas totalizaram 3,23% dos compartilhamentos (Gráfico 5 e Tabela 5).

Gráfico 5 - Variação mensal na intensidade de todos os tipos de compartilhamento.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 5 - Variação mensal no uso das plataformas de compartilhamento do tipo *shared*.

	Abril		Maio		Junho		Julho		Agosto		Setembro		Abr/Set	
	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%
LinkedIn (Li)	439	22,69	456	23,04	379	23,27	334	20,04	125	21,56	135	20,18	1868	22,11
Tumblr (Tu)	207	10,75	182	9,2	135	8,29	165	9,89	60	10,34	78	11,66	827	9,78
Facebook (Fb)	362	18,7	337	17,02	347	21,3	334	20,03	75	12,93	109	16,3	1564	18,5
Twitter (Tw)	757	39,13	823	41,59	630	38,68	653	39,18	248	42,76	277	41,4	3388	40,04
Wordpress (Wp)	129	6,67	136	6,88	92	5,64	117	7,02	19	3,28	43	6,43	536	6,34
Outros	38	2,06	45	2,27	46	2,82	64	3,84	53	9,13	27	4,03	273	3,23
Total	1932	100	1979	100	1629	100	1667	100	580	100	669	100	8456	100

Fonte: Elaborada pelo autor.

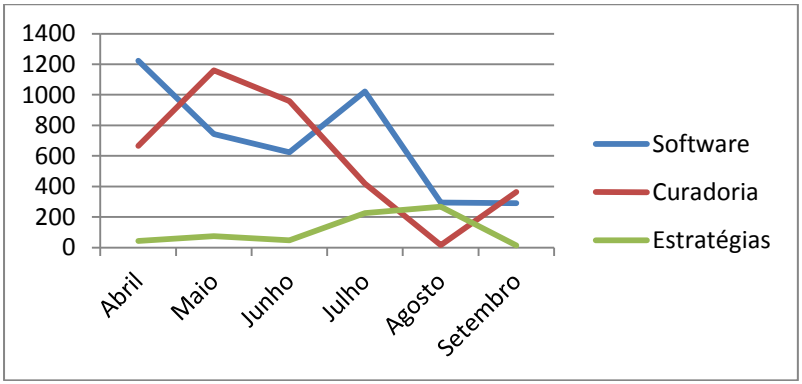
A distribuição temática por plataforma utilizada nos compartilhamentos mostrou a predominância do item Software com uma incidência de 49,65% nas postagens analisadas no período pesquisado. O item Curadoria veio logo em seguida com 42,39% das postagens, ficando Estratégias com 7,96%, conforme a Tabela 6 e o Gráfico 6.

Tabela 6 - Variação mensal na temática dos compartilhamentos do tipo *shared*.

	Abril		Maio		Junho		Julho		Agosto		Setembro		Abr/Set	
	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%
Software	1223	63,3	743	37,55	623	38,24	1023	61,37	296	51,03	291	43,5	4199	49,65
Curadoria	666	34,48	1160	58,61	959	58,88	418	25,08	17	2,93	364	54,4	3584	42,39
Estratégias	43	2,22	76	3,84	47	2,88	226	13,55	267	46,04	14	2,1	673	7,96
total	1932	100	1979	100	1629	100	1667	100	580	100	669	100	8456	100

Fonte: Elaborada pelo autor.

Gráfico 6 - Variação mensal na temática dos compartilhamentos do tipo *shared*.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Somando as reações *Shared* e *Rescooped* verifica-se que elas são responsáveis por 80,5% de todos os compartilhamentos no blog pesquisado.

5.4.2.2 Comentários

As reações classificadas como Comentários se referem à troca de dados e informações tanto entre outros curadores, que publicam blogs na rede *Scoop It*, como entre eles e visitantes em geral no blog CCW.

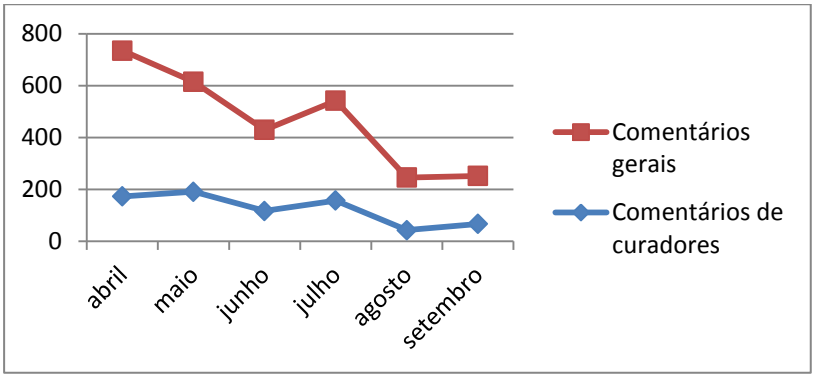
Os comentários foram subdivididos para permitir a análise mais detalhada das trocas verificadas no período monitorado:

a) comentários entre curadores;

b) comentários em geral.

A soma dos comentários dos curadores inscritos na rede Scoop mais os de visitantes em geral totalizou 15,74% de todas as reações registradas entre abril e setembro no blog CCW, como mostram o Gráfico 7 e a Tabela 7.

Gráfico 7 - Variação mensal dos comentários.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 7 - Variação mensal dos comentários, em valores absolutos e relativos.

	Abril		Maio		Junho		Julho		Agosto		Setembro		Abr/Set	
	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%
Comentários de curadores	173	4,18	191	4,75	117	3,5	157	4,43	43	3,19	67	4,4	748	4,17
Comentários gerais	562	13,57	424	10,56	313	9,38	385	10,89	203	15,08	185	12,16	2072	11,57

Fonte: Elaborada pelo autor.

5.4.2.2.1 Comentários de curadores integrados à rede Scoop It

Os comentários entre curadores totalizaram 4,17% do total de reações registradas no blog pesquisado no período entre abril e setembro de 2013. A maior intensidade registrada entre os comentários ocorreu em maio e a mais baixa em agosto seguindo a tendência já detectada de queda da atividade interna no blog neste mês.

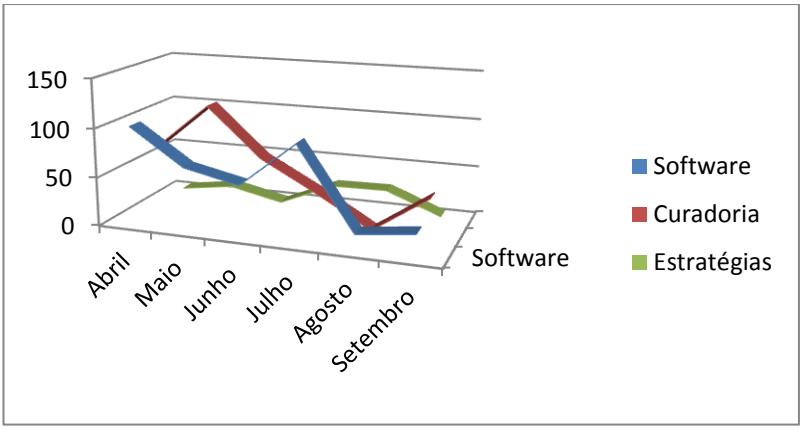
A análise temática dos comentários dos curadores também mostrou uma predominância do item Software entre as reações analisadas. Houve uma incidência de 47,32% no total de comentários registrados entre curadores integrados à rede *Scoop*. O item Curadoria totalizou 42,79% na frequência geral, seguindo-se Estratégias com 9,89% dos registros, conforme a Tabela 8 e o Gráfico 8.

Tabela 8 - Variação mensal dos comentários dos curadores em números absolutos e relativos.

	Abril		Maio		Junho		Julho		Agosto		Setembro		Abr/Set	
	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%	total	%
Software	101	58,39	64	33,51	52	44,45	98	62,42	16	37,2	23	34,33	354	47,32
Curadoria	67	38,72	114	59,69	64	54,7	34	21,66	1	2,33	40	59,7	320	42,79
Estratégias	5	2,89	13	6,8	1	0,85	25	15,92	26	60,47	4	5,97	74	9,89
Total	173	100	191	100	117	100	157	100	43	100	67	100	748	100

Fonte: Elaborada pelo autor.

Gráfico 8 - Variação mensal dos comentários dos curadores segundo o tema.



Fonte: Elaborado pelo autor.

5.4.3 Análise dos dados do monitoramento

A interpretação dos resultados do monitoramento seguiu a orientação desenvolvida por Creswell e os princípios da Teoria Fundamentada em Dados. (CRESWELL, 2010, p. 216; GOULDING, 1999, p. 8).

A observação dos dados gerou categorias de análise a partir das quais foi desenvolvida uma categorização cruzada ou coaxial para identificação do marco teórico sobre o papel da curadoria na produção de conhecimento. As categorias usadas para a interpretação qualitativa foram as seguintes:

a) Recomendações do autor versus reações dos usuários;

b) Preferências temáticas nas recomendações postadas pelo autor e nas reações dos usuários;

c) Comentários (reações estruturadas) e compartilhamentos (reações não estruturadas);
d) *Rescoop* (compartilhamentos internos) e *shared* (compartilhamentos externos);
e) Plataformas tecnológicas no *shared*.

5.4.3.1 Relação entre recomendações e reações

Análise comparativa das recomendações do autor e das reações de usuários apontou uma média de 109,85 reações por postagem feita pelo autor durante o período pesquisado. É um índice considerado alto levando em conta que o blog estudado é apenas um dos 4.700 sites similares abrigados dentro do projeto *Scoop*, onde a maioria deles registra menor incidência de reações de usuários.[65]

As frequências de publicação tanto das recomendações como das reações de usuários oscilaram no período pesquisado, mas com padrões distintos, como pode ser visto na Tabela 9. A relação entre reações e recomendações mostrou tendência similar como mostra o Gráfico 9.

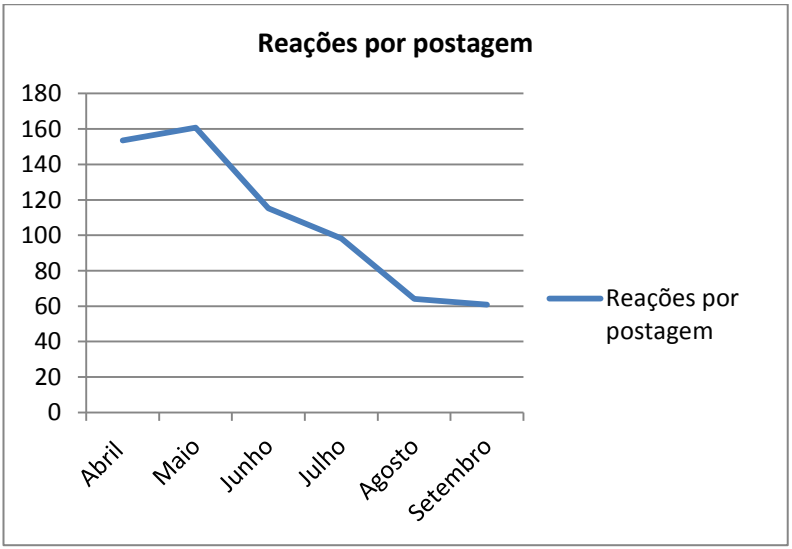
Tabela 9 - Comparação entre os fluxos de recomendações e reações.

Mês	Recomendações	Reações
Abril	27	4144
Maio	25	4018
Junho	29	3340
Julho	36	3537
Agosto	21	1346
Setembro	25	1522
Total	163	17907

Fonte: Elaborada pelo autor.

Gráfico 9 - Variação mensal do número de reações por cada recomendação.

[65] Informações fornecidas por Robin Good. O site *Scoop* disse que não podia revelar dados exatos sobre reações pela necessidade de obter autorização de todos os autores de blogs, o que tomaria muito tempo.



Fonte: Elaborado pelo autor.

As postagens do autor oscilaram menos do que as reações dos usuários. Na avaliação mensal das reações por postagem verificou-se uma queda acentuada de um máximo de 153,4 reações por input registrado no mês de abril para 60,88 em setembro.

5.4.3.2 Comparação entre preferências do curador e dos usuários

A análise qualitativa dos resultados do monitoramento indicou uma coincidência geral entre as preferências temáticas do autor do blog pesquisado e as dos autores de comentários e compartilhamentos. Houve, no entanto, variação nas incidências como mostram a(s) Tabela(s) 10.

Tabela 10 - Comparação entre a ênfase temática adotada nas recomendações e nas reações.

Percentuais de incidência temática nas recomendações do autor do blog

Tema	Total	%
Software	84	51,54
Curadoria	62	38,03
Estratégias	17	10,43
Total	163	100

Percentuais de incidência temática nas reações

Tema	Total	%
Software	8904	49,73
Curadoria	7542	42,11
Estratégias	1461	8,16
Total	17907	100

Fonte: Elaborada pelo autor.

A comparação dos dois quadros mostra como os usuários deram, percentualmente[66], mais atenção ao item Curadoria na temática das reações (42,1% das reações monitoradas) do que a ênfase dada ao mesmo item nas recomendações publicadas pelo autor do blog. (38,03%).

Essa diferença pode ser explicada pelo comportamento dos usuários em relação às postagens utilitárias. A partir do momento em que as recomendações são difundidas elas geram polêmicas porque são captadas e contextualizadas por usuários diferenciados que expressam suas percepções e reflexos, gerando uma tendência ao debate conceitual,

[66] Usamos o critério percentual na apresentação dos dados porque a disparidade entre os números absolutos na comparação entre os totais de recomendações e de reações não permite uma avaliação mais representativa da participação de cada item na respectiva categoria.

mais abstrato (ZHONG; SHAH; SUNDARAVADIVELAN; SASTRY, 2013, p. 666).

Analisando apenas os comentários entre curadores registrados no blog CCW, verifica-se uma diferença menor, indicando que houve maior debate sobre conceitos e natureza da atividade curatorial (42,79%) em relação à temática mais utilitária (47,32%) , como mostra a Tabela 11.

Tabela 11 - Variação na ênfase temática dos comentários entre curadores do Scoop.

	Abril total	Maio total	Junho total	Julho total	Agosto total	Setembro total	Abr/Set total	%
Software	101	64	52	98	10	23	348	47,32
Curadoria	67	114	64	34	1	40	320	42,79
Estratégias	5	13	1	25	10	4	58	9,89
Total	173	191	117	157	21	67	726	100

Fonte: Elaborada pelo autor.

Tendência inversa ocorreu no caso dos comentários gerais, quando os softwares, tutoriais e sugestões utilitárias chegaram a 55,27% enquanto as questões relacionadas à teoria e exercício da curadoria ficaram com 37,25% de incidências.

O detalhamento da análise dos temas é relevante porque funciona como um indicador dos interesses tanto do autor como dos usuários do blog CCW. Por isto foi realizada uma análise mais detalhada do conteúdo dos comentários tanto de usuários cadastrados como de visitantes em geral, utilizando o recurso da categorização coaxial ou transversal previsto na Teoria Fundamentada em Dados. As quatro categorias transversais são as seguintes:

a) educação – debate e troca de informações sobre recomendações no ensino, combate ao plágio e na pesquisa;

b) aplicações da curadoria – aplicações do processo curatorial em atividades como moda, marketing, gestão, comércio, música, jornalismo e design, para citar apenas os mais frequentes;

c) seleção e publicação – sugestões de técnicas para seleção de conteúdos noticiosos destinados à publicação em *weblogs*,

ebooks, redes sociais, revistas virtuais, vídeos online, *podcasts* e seleções musicais;

d) ferramentas – recomendações de softwares e tutoriais.

A distribuição proporcional das subcategorias revelou uma predominância das aplicações da curadoria (34,96%) seguida pelas ferramentas (27,6%), pela seleção e publicação de conteúdos noticiosos (23,92%) e por último os materiais voltados para a educação (9,20% das incidências).

5.4.3.3 Análise de comentários e compartilhamentos

A análise qualitativa dos comentários relacionados a recomendações postadas no blog CCW, durante o período pesquisado, envolve o material publicado por curadores cadastrados no blog CCW, bem como por interações entre os curadores e usuários em geral. No caso dos compartilhamentos, a interpretação qualitativa dos dados do monitoramento envolveu interações entre curadores cadastrados (*rescoop*) e usuários externos em geral (*shared*).

Os comentários ocupam 15,74% do total das reações nos meses pesquisados. Compartilhamentos externos e internos somaram 80,5% do total. Há uma frequência maior dos comentários externos e do compartilhamento também externo. No caso dos comentários externos, a frequência é quase três vezes maior do que os comentários internos (entre curadores cadastrados no blog), enquanto nos compartilhamentos, os externos superam os internos em 13%.

Zhong, Shah, Sundaravadivelan e Sastry (2013, p. 664) no seu estudo sobre a curadoria de informações baseada nos sites *Pinterest* (imagens) e *Last Fm* (musicas) constataram que os itens mais populares entre os usuários tendem a gerar comentários mais estruturados e são disseminados mais rapidamente do que os menos populares.

As reações (comentários e compartilhamentos) são mais intensas nos primeiros 45 dias da postagem. De maneira geral, a intensidade se mantém até o vigésimo dia, depois a frequência cai gradualmente. Há exceções pontuais que em geral coincidem com os temas que apresentam maior número de reações.

No caso do blog *Content Curation World*, a postagem mais popular[67] é um guia de projetos de curadoria organizado pelo autor do

[67] O indicador de popularidade foi medido até o dia 14 dez. 2014.

blog e publicado no site Pinterest[68]. A postagem[69] sobre o guia foi publicada em 31 de maio de 2013 e o fluxo de reações alcançou um total de 921 comentários e compartilhamentos na medição realizada no dia 31 out. 2014.

Os comentários (tanto os publicados por curadores como os feitos por visitantes) incorporam mais dados de contextualização por parte dos respectivos comentaristas do que os compartilhamentos, onde os autores expressam apenas uma preferência pessoal não especificada.

5.4.3.4 Rescoop e shared

Neste item, a análise se limita à interpretação qualitativa dos dados referentes aos compartilhamentos, ou seja, a difusão dos conteúdos recomendados pelo autor do blog CCW. A diferença entre comentários e compartilhamentos, como já foi mencionado anteriormente, está no grau de contextualização do material veiculado.

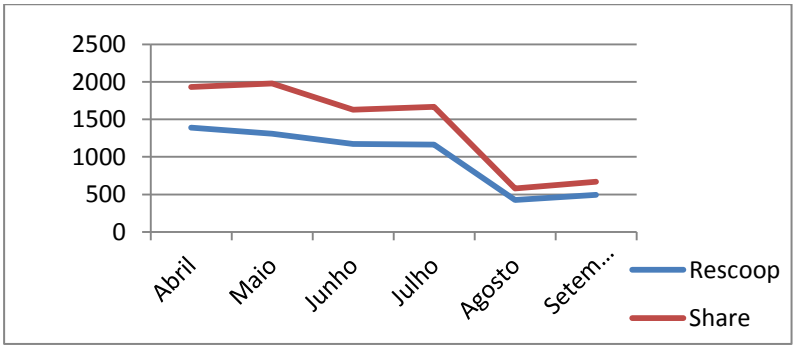
O compartilhamento externo (*shared*) entre usuários cadastrados e visitantes em geral foi 17% mais intenso do que o compartilhamento de recomendações apenas entre usuários cadastrados (*rescoop*). O quadro abaixo mostra que as duas modalidades de compartilhamento seguiram curvas similares durante o período estudado, comportamento que indica o grau de influência exercido pelas postagens do autor no conteúdo e forma das reações (Gráfico 10 e Tabela 12).

Gráfico 10 - Variação mensal comparada no compartilhamento entre curadores inscritos no projeto Scoop (*reescoop*) e visitantes em geral (*shared*).

---

[68] GOOD, Robin. **Contento Duration Visualized**. Disponível em: <http://www.pinterest.com/robingood/content-curation-visualized/>. Acesso em: 2014.

[69] GOOD, Robin. **What a Content Curator Needs To Know**: How, Tools, Issues and Strategy. Disnponível em: <http://curation.masternewmedia.org/p/4002547288/2013/05/31/need-to-explain-to-others-what-content-curation-is-use-this-visual-collection>. Acesso em: 2014.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 12 - Comparação entre as variações mensais entre compartilhamentos entre curadores do Scoop e entre usuários em geral do blog CCW (valores absolutos).

	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Total
Rescoop	1390	1310	1171	1166	426	494	5957
Shared	1932	1979	1629	1667	580	669	8456

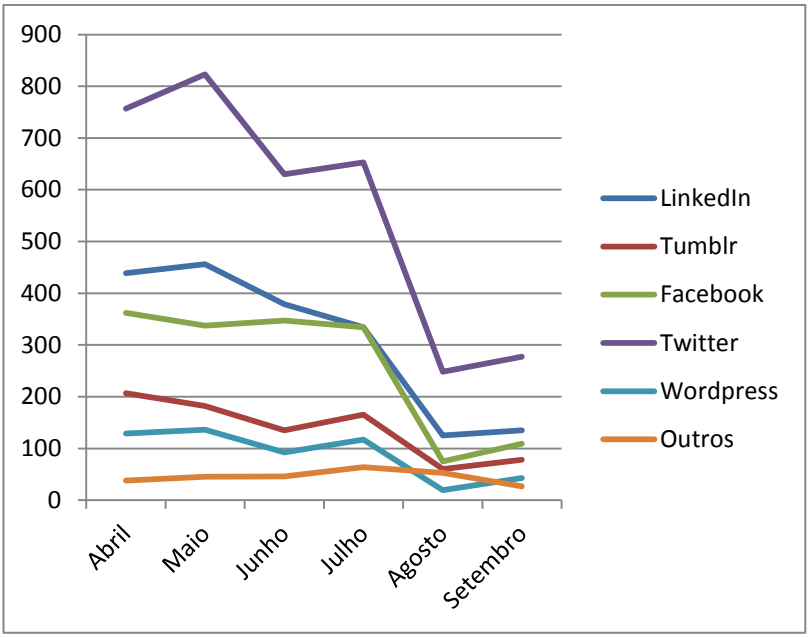
Fonte: Elaborada pelo autor.

No caso do compartilhamento entre usuários cadastrados (*rescoop*), o monitoramento identificou que em aproximadamente um quarto dos casos (25%) o mesmo autor publicou também um comentário, indicando a preocupação com a difusão do conteúdo recomendado pelo autor do blog CCW bem como com a agregação de valor.

5.4.3.5 Plataformas tecnológicas no compartilhamento externo

A plataforma tecnológica preferida pelos usuários cadastrados e visitantes do blog CCW foi o sistema de micro mensagens *Twitter*, com uma clara maioria em relação às demais softwares de compartilhamento de mensagens. Fatores como comodidade, ubiquidade e rapidez, característicos do *Twitter*, foram determinantes na popularidade desta ferramenta de difusão de recomendações (Gráfico 11).

Gráfico 11 - Variação mensal no uso de plataformas tecnológicas no compartilhamento (*shared*).



Fonte: Elaborado pelo autor.

A segunda plataforma mais usada no blog pesquisado, no período de tempo tomado como referência, foi a *Linked In*, uma rede onde predomina o interesse profissional dos seus usuários. A *Linked In* superou por quase quatro pontos percentuais o índice de utilização do *Facebook*, a maior rede social do mundo. É um indicador de que os compartilhamentos no blog CCW têm uma clara preocupação com o desenvolvimento de conhecimentos (habilidades e competências) voltados para a atividade profissional.

5.4.4 Conclusões gerais da análise

A avaliação geral do monitoramento do blog CCW realizada a partir das cinco categorias de análise estabelecidas, apontou as seguintes conclusões:

a) o índice de respostas (output - reações) às postagens feitas pelo autor (input) mostrou uma forte interatividade entre o emissor e os receptores. Para cada postagem foi registrada uma média de 109,85 reações;

b) a análise temática das postagens (*input*) e reações (*output*) revelou uma predominância da preocupação utilitária sobre as questões conceituais ou abstratas. A categorização transversal mostrou que, dentro da preocupação utilitária, a ênfase predominante foi a do debate sobre melhores práticas no exercício da curadoria;

c) o monitoramento apontou uma frequência cinco vezes maior dos compartilhamentos (*rescoop* e *shared*) em relação aos comentários, indicando que o impulso em disseminar foi mais intenso do que a preocupação com a estruturação (comentários) da informação submetida ao processo de curadoria;

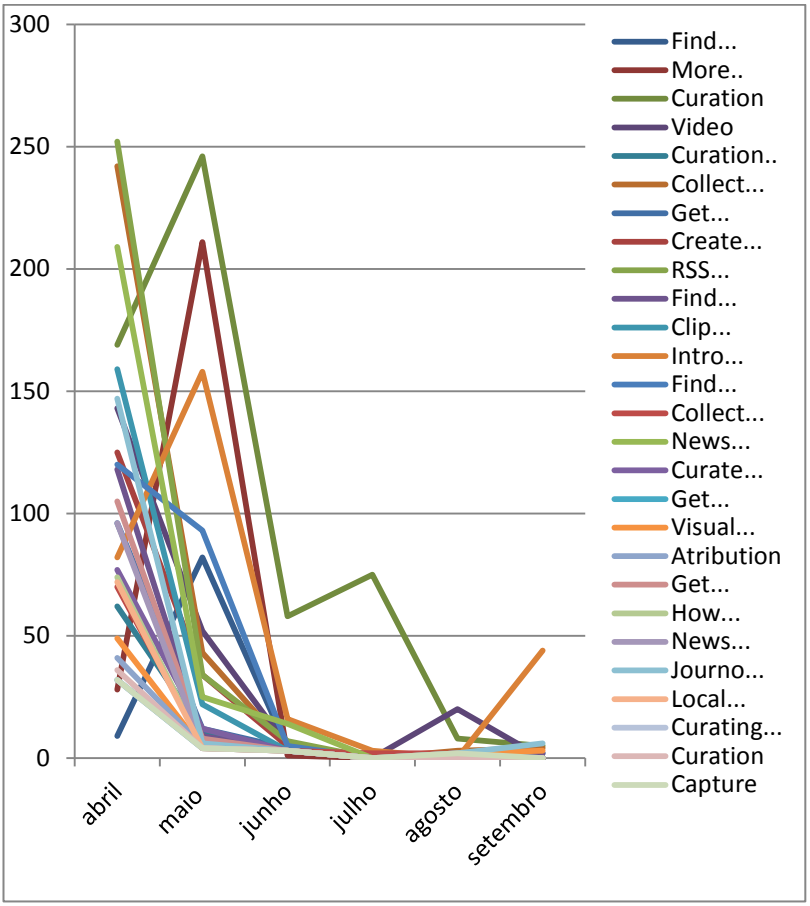
d) o fato do compartilhamento interno (*rescoop*) e o externo (*shared*) terem evidenciado comportamentos similares confirma a tendência dos usuários em seguir a agenda de temas sugerida pelo autor do blog. Este fator, aliado à frequência nos compartilhamentos reforça a importância do papel do curador no fluxo de dados e informações dentro da rede de usuários do blog CCW.

A análise qualitativa dos dados do monitoramento indicou um papel relevante do fluxo de recomendações no exercício da curadoria de informações. Esta constatação resultou da aplicação dos procedimentos metodológicos da Teoria Fundamentada em Dados (Grounded Theory).

5.4.4.1 Fluxo de dados no CCW

O blog *Content Curation World* registrou no período pesquisado (abril/setembro 2013) um fluxo médio diário de 97,85 intercâmbios entre o curador outros curadores integrantes da rede Scoop It, visitantes em geral, e estes entre si. Este fluxo de dados entre os usuários do CCW, revela uma intensidade maior de trocas nos primeiros 45 dias de intercâmbios relacionados a postagens publicadas pelo responsável pelo blog CCW, como mostra o Gráfico 12, que tomou como base o fluxo de circulação das recomendações postadas no mês de abril no período do monitoramento.

Gráfico 12 - Variação mensal na intensidade das reações às 27 recomendações postadas pelo autor do blog no mês de abril.[70]



Fonte: Elaborado pelo autor.

Nos demais meses pesquisados, a tendência é similar com alterações pontuais geradas pelo maior interesse dos usuários por determinados temas, com uma redução significativa nos meses de julho e agosto por causa das férias de verão no hemisfério norte (Estados

[70] Os títulos das recomendações foram abreviados. Os títulos completos estão na tabela completa do mês de abril de 2013.

Unidos e Europa concentram cerca de 60% dos membros da rede de usuários do CCW).

Durante os seis meses de monitoramento registrou-se um fluxo médio diário de 97,85 interações entre membros da comunidade aglutinados em torno do blog CCW. Este fluxo de recomendações, comentários e retransmissão de recomendações indica a intensidade da interação entre os integrantes da rede do CCW, um blog que integra o conjunto da rede *Scoop It*, que desde a sua fundação, em 2011, foi visitada por 100 milhões de pessoas interessadas na leitura e comentários de 50 milhões de postagens publicadas pelos curadores participantes do projeto.[71]

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS E TRABALHOS FUTUROS

Os dados obtidos com o monitoramento do blog CCW interpretados com base nos trabalhos de Max Boisot respondem à pergunta de pesquisa pois mostram como a curadoria permite intensificar e ampliar o fluxo de informações dentro de redes sociais ou espaços informativos.

O crescimento exponencial e contínuo na oferta de dados na internet torna imprescindível o desenvolvimento de sistemas de filtragem, seleção, contextualização e difusão de conteúdos informativos, sem os quais é impossível estabelecer padrões de relevância, pertinência, credibilidade, exatidão e ineditismo para insumos noticiosos.

O papel da curadoria de informações na qualificação dos dados oferecidos à reflexão pública confere uma importância especial à pesquisa sobre o tema, especialmente quando se toma em conta que ele ainda é pouco estudado na área acadêmica, embora muito discutido, de forma empírica, em redes sociais, blogs pessoais e fóruns de desenvolvedores de softwares.

O complexo mundo das finanças internacionais é cada vez mais dependente de notícias submetidas ao processo da curadoria porque elas são a base para a tomada de decisões de investidores. Prova disto são os investimentos milionários previstos para os próximos dois anos. Outras áreas do conhecimento humano também passaram a depender cada vez mais de uma forma coletiva de curadoria como recurso para processar

---

[71] Dados divulgados no blog do projeto Scoop e disponíveis em <http://blog.scoop.it/2013/11/04/two-years-sharing-ideas-that-matter-to-100-million-people/>. Acesso em: 20 jul. 2014.

grandes quantidades de dados, como é o caso do projeto *Encyclopedia of Life* (EOL – Enciclopédia da Vida).

A importância da curadoria tende a crescer na medida da expansão do universo informativo criado pela internet e pela Web, alimentada em grande parte por fenômenos como o dos Grandes Dados (Big Data) e o da Internet das Coisas (IoT – *Internet of Things*)[72]. A ação combinada de ambos fenômenos fará com que o acervo de dados disponíveis na rede mundial de computadores aumente numa progresso geométrica baseada na proporção de 5 exabytes por ano atualmente[73].

Como o caráter empírico ainda predomina na abordagem da curadoria de informações, torna-se necessário recorrer a estudos de caso para entender como o sistema funciona na prática, descobrir especificidades contextuais e iniciar o desenvolvimento de uma base teórica mínima. A Teoria Fundamentada em Dados (TFD) mostrou-se um guia adequado para orientar a interação entre a observação da realidade e o desenvolvimento de categorias abstratas na exploração de uma área ainda pouco pesquisada academicamente.

O monitoramento durante seis meses das recomendações, compartilhamentos e comentários entre curador e usuários do blog *Content Curation World* forneceu detalhes da interatividade entre o curador Robin Good e a rede de usuários aglutinada ao redor dele. Robin Good acompanhou a evolução do trabalho de campo e foi consultado em várias etapas desta pesquisa. O monitoramento foi especialmente útil para avaliar a intensidade e amplitude das trocas de percepções, informações e opiniões tanto entre outros curadores vinculados à rede Scoop It como entre participantes de redes sociais como Twitter, Facebook, Linkedin e outras.

As teorias de Max Boisot se mostram fundamentais para situar a importância da recombinação de dados e informações porque estudam o fluxo de mensagens entre os membros de comunidades como a formada em torno do blog CCW. A intensidade dos fluxos é um indicador da intensidade das recombinações e, consequentemente, do índice de produção de novos conhecimentos. O conceito de Espaço Informativo

---

[72] Internet das Coisas (IoT – Internet of Things) e o jargão tecnológico criado para identificar sistemas de troca de dados entre sensores eletrônicos instalados em equipamentos, objetos e seres humanos. Disponível em: <http://www.netlingo.com/word/internet-of-things.php>. Acesso em: 20 dez. 2014.

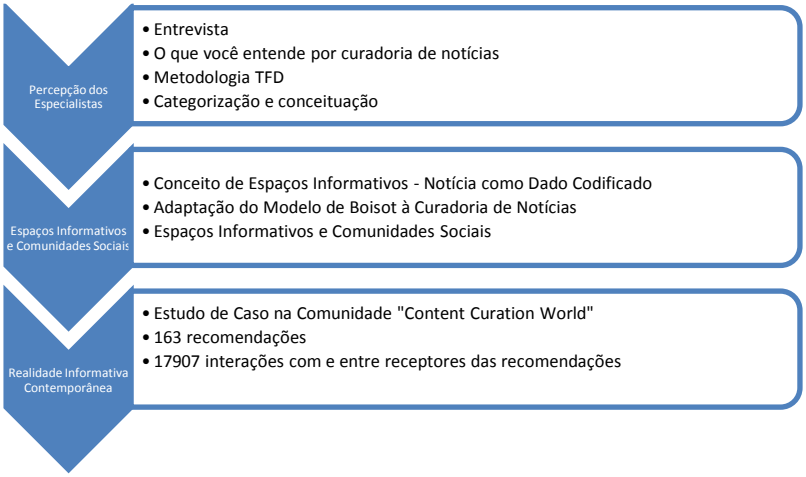
[73] Segundo Eric Schmidt, principal executivo da empresa Google, citado por Steven Rosenbaum no artigo *The Coming Age of the Curation Economy: Building Context Around Content*. Disponível em: <http://www.thevideoink.com/features/voices/the-coming-age-of-the-curation-economy-building-context-around-content/#.UwtMZfl5OSp>. Acesso em: 13 dez. 2014.

desenvolvido por Boisot e Benita Cox é uma contribuição importante para compreender a relevância dos processos comunicacionais na produção de conhecimento.

Esta relação entre fluxos de dados e comunicação midiática permite situar a notícia, entendida como dado inédito, no âmbito dos fatores geradores de conhecimento, e por extensão, também o jornalismo. Ao disseminar dados selecionados e contextualizados conforme as necessidades e desejos de indivíduos participantes de um espaço informativo, a curadoria de informações cria condições para aumentar o interesse destes indivíduos em protagonizar um fluxo de reflexões que influirá na tomada de decisões, pessoais ou coletivas, e na ampliação do capital social do grupo.

A Figura 6 é uma síntese visual do processo desenvolvido ao longo desta pesquisa e serve como fundamento para reflexões sobre futuros desdobramentos do trabalho.

Figura 6 - Síntese visual do desenvolvimento da pesquisa.



Fonte: Elaborada pelo autor.

A relação entre curadoria e jornalismo, construída com a ajuda das ideias de Max Boisot, põe em evidência relevantes desdobramentos na área da informação pública. A generalização no uso da curadoria de informações como instrumento para separar o joio do trigo na avalancha informativa vai interferir no exercício do jornalismo, como afirma o

consultor norte-americano John Sternberg[74], para quem a curadoria tende a ocupar um espaço intermediário entre o jornalismo e o público. O curador não substituiria o papel do repórter na investigação de fatos ou descrição de eventos, mas seria o personagem encarregado de selecionar as reportagens jornalísticas capazes de gerar mais conhecimento entre os membros de uma determinada comunidade social. O curador poderia assim funcionar como uma espécie de metajornalista.

A relação entre curadoria e jornalismo é outro tema também pouco explorado tanto na academia como nas redações da imprensa, onde ainda é muito forte a resistência ao fato de que a notícia, sua contextualização e difusão deixaram de ser um privilégio dos jornalistas. A multiplicação de blogs de curadoria sobre os mais diversos segmentos noticiosos é um processo em continua expansão.

Essa tendência abre espaço para pesquisas sobre quais as características que uma notícia deve adquirir para circular da forma mais ampla e rápida possível dentro de espaços informativos formados por públicos alvo. Até agora a formatação jornalística de uma notícia era determinada, majoritariamente, pela preocupação em torná-la um produto comercializável indispensável ao modelo de negócios das empresas de comunicação. Na conjuntura atual, os procedimentos de editoração de notícias voltadas para a produção de conhecimento passam a ter uma maior relevância, o que torna necessária uma sistematização dos procedimentos de curadoria de informações, para reduzir a atual dependência da experiência ou sensibilidade do curador.

O estudo das sinergias entre curadoria de informações e jornalismo terá profundas implicações na forma pela qual o jornalismo é exercido, bom como sobre o tipo de relação entre as audiências e suas fontes de informação. A disseminação da prática da curadoria tende a alterar o próprio conceito de notícia desenvolvido pelo jornalismo. Em vez de ser considerada pelos jornalistas profissionais como um produto negociável por publicidade paga para garantir a sustentabilidade de empresas, a notícia passa cada vez mais a ser tratada pela curadoria como parte da geração de conhecimento e seu corolário, a formação de capital social.

Configura-se aqui um novo campo de pesquisas futuras gerado pelo exercício da curadoria. A formatação comercial das notícias

---

[74] STERNBERG, John. **Why Curation Is Important to the Future of Journalism**. Disponível em: <http://mashable.com/2011/03/10/curation-journalism>. Acesso em: 15 dez. 2014.

produzidas pela indústria da comunicação jornalística atende a preocupação em gerar clientelas enquanto a curadoria de informações procura criar parceiros, pois o desempenho da função do curador depende da colaboração entre ele os receptores de suas recomendações. Quanto maior a colaboração, maior a possibilidade do curador atender às necessidades e desejos de seus parceiros. Isto implica identificar como uma notícia recomendada pode alterar mapas mentais e procedimentos cognitivos de indivíduos ou grupos de indivíduos. Pesquisas deste tipo poderão aumentar a eficácia dos procedimentos normativos de formatação de recomendações geradas pelo exercício da curadoria de informações.

A pesquisa teórica e factual realizada neste trabalho mostrou também que a medida em que cresce a disponibilidade e diversidade de dados na internet aumenta a possibilidade de exploração de nichos noticiosos. A ação dos curadores é essencial no desenvolvimento de critérios para esta segmentação noticiosa, pois permite selecionar dados de interesse para grupos de indivíduos estruturados em redes sociais virtuais ou presenciais. Um destes nichos informativos é o do jornalismo e da curadoria de informações praticados em comunidades sociais.

A digitalização e a internet são responsáveis pela ampliação dos efeitos de dois fenômenos simultaneamente antagônicos e complementares: a globalização e a localização. Ambos assumiram novas características na era digital, especialmente o segundo. A globalização intensificou a recombinação de dados e informações em escala planetária, mas este processo depende de insumos regionais e locais para permitir que a inovação gerada pela produção de novos conhecimentos apresente a diversidade necessária para atender as demandas dos novos nichos informativos.

As comunidades surgem como a grande fonte de conhecimento tácito oriundo da convivência empírica de seus integrantes com a realidade local. A explicitação deste conhecimento tácito é uma função que depende da ação de curadores de notícias em comunidades, porque serão eles que funcionarão com orientadores da seleção, contextualização e difusão de dados. Esta difusão normalmente é feita por meio de veículos locais de comunicação, fato que cria uma estreita associação entre curadoria e exercício do jornalismo em comunidades. Trata-se de um campo com enormes perspectivas futuras, mas escasso desenvolvimento teórico, no momento.

Como qualquer trabalho acadêmico, a pesquisa desenvolvida para a presente tese gerou mais perguntas que respostas, mais possibilidades

do que resultados objetivos. É a consequência inevitável do seu caráter exploratório e da complexidade do contexto estudado.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Post Industrial Journalism, Adapting to the Present**. Produzido pelo Tow Center da Universidade Columbia. 2012. Disponível em: <http://towcenter.org/research/post-industrial-journalism/>. Acesso em: 12 fev. 2013.

ARVANITIS, Yannis. **Improvising Systems – Curating Algorithm**. 2008. Disponível em: <http://yannisarvanitis.com/wp-content/uploads/Improvising-Systems-%E2%80%93-Curating-Algorithm.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2013.

ACKERMANN, Edith. Piaget's Constructivism, Papert's Constructionism: What's the difference? In: _____. **Constructivism**: uses and perspectives in education. 2 v. Genebra: Cahier 8 Research Center in Education - Conference Proceedings, 2001. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=1F6EAD0928CC217F23B106696E8BE981?doi=10.1.1.132.4253&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em: 28 mar. 2013.

BARABÁSI, Albert Laszlo. **Linked**: A nova ciência das Networks. São Paulo: Leopardo Editora, 2009.

BASTOS, Cecilio Ricardo de Carvalho. **O blogueiro e as teorias construcionistas**. São Paulo: Observatório da Imprensa, 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_blogueiro_e_as_teorias_construcionistas>. Acesso em: 14 abril 2014.

BENKLER, Yochai. **The Wealth of Networks**. New Heaven: Yale University Press, 2006.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociology of Knowledge**. New York: Anchor/Random House, 1967. Kindle Digital Edition.

BERGMAN, Michael. **The deep web**: surfacing hidden values. 2000. Disponível em: <http://quod.lib.umich.edu/cgi/t/text/text-

idx?c=jep;view=text;rgn=main;idno=3336451.0007.104>. Acesso em: 2014.

BERKELEY University School of Administration. **How Much Information?**. 2003. Disponível em: <http://www.sims.berkeley.edu/research/projects/how-much-info-2003/printable_report.pdf>. Acesso em: 2013.

BIRKS, Melanie; MILLS, Jane. **Grounded Theory**. A Practical Guide. California: Sage Publications, 2011. Disponível em: <http://www.sagepub.com/upm-data/36848_birks.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2013.

BLAIR, Ann. Reading Strategies for Coping With the Information Overload. **Journal of the History of Ideas**, v. 64, n. 1, p. 11-28, 2003. Disponível em: <http://dash.harvard.edu/handle/1/3228379>. Acesso em: 17 jul. 2014.

BOCZKOWSKI, Pablo. **Digitizing the News**. Cambridge: MIT Press, 2004.

BOISOT, Max. **Exploring the Information Space:** A Strategic Perspective on Information Systems. Working Paper Series WP04-003. Internet Interdisciplinary Institute (IN3). Barcelona: Universidade Aberta da Catalunha, 2004. Disponível em: <http://www.uoc.edu/dt/20412/20412.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2014.

_____. **The Information Space**. London: Routledge Publishing, 1995.

BOISOT, Max; COX, Benita. The I-Space: a framework for analyzing the evolution of social computing. **Technovation**, v. 19, n. 9, p. 525-536, 1999.

BOISOT, Max; LI, Yan. Organizational versus Market Knowledge: From Concrete Embodiment to Abstract Representation. **Journal of Bioeconomics**, v. 8, p. 219-251, 2006.

BRUM, Juliana de. A Hipótese do Agenda Setting: Estudos e Perspectivas. **Razón y Palabra**, n. 35, 2003. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/jbrum.html>. Acesso em: 10 maio 2013.

BRUNS, Axel. **Gatewatching, Collaborative Online News Production**. New York: Peter Lang Publishing, 2005.

BURRELL, Gibson; MORGAN, Gareth. **Sociological Paradigms and Organizational Analysis**: Elements of the Sociology of Corporate Life. Surrey: Ashgate Publishing, 1979.

CANDELUCI, Al. The Critical Nature of Social Capital. **Journal of Vocational Rehabilitation,** n. 29, p. 133–139, 2008. Disponível em: <http://www.abilitycenter.org/wp-content/uploads/pdfs/The-Critical-Nature-of-Social-Capital.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2013.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede. A Era da Informação**. 10 ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2007.

_____. **Communication Power**. New York: Oxford University Press, 2009.

CRESWELL, John. **Projeto de Pesquisa, Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. Porto Alegre: Artmed Editora, 2010.

DAWSON, Ross. **Curation, a View from the Future**. Entrevista a Robin Good. Disponível em: <http://www.masternewmedia.org/curation-a-view-from-the-future/>. Acesso em: 19 nov. 2012.

DEUZE, Mark. **Media Work**. Malden: Polity Press, 2007.

_____. The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. **International Journal of Communication**, n. 2, p. 848-865, 2008. Disponível em: <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/viewfile/290/197>. Acesso em: 11 fev. 2013.

FISH, Stanley. **Is There A Text in This Class**. Cambridge: Harvard University Press, p.147-174. 1980. Disponível em: <http://www.english.unt.edu/~simpkins/Fish%20Acceptable.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2013.

GLEICK, James. **The Information. A History, a Theory, a Flood**. New York: Pantheon Books, 2011.

GOULDING, Christina. **Grounded Theory: some reflections on paradigm, procedure and misconceptions**. Working Paper Series. Wolverhampton: Universidade de Wolverhampton, 1999. Disponível em: <http://wlv.openrepository.com/wlv/bitstream/2436/11403/1/Goulding.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2013.

GRANOVETTER, Mark. The Strength of Weak Ties. **The American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973. Disponível em: <http://www.itu.dk/courses/DDKU/E2007/artikler/Granovetter-%20Weak%20Ties.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2013.

GUBA, Egon. ; LINCOLN, Yvonna. Competing paradigms in qualitative research. In: DENZIN, Norman; LINCOLN, Yvonna (Ed.). **Handbook of qualitative research**. Thousand Oaks: Sage Books, 1994. p. 105-117.

HANIFAN, Lyda Judison. The Rural School Community Center. **Anals of the American Academy of Political and Social Science**, v. 67, p. 130-138. doi: 10.1177/000271621606700118.

HILBERT, Martin; LÓPEZ, Priscila. The World's Technological Capacity to Store, Communicate and Compute Information. **Science**, v. 332, p. 62-65, 2011. Disponível em: <http://www.sciencemag.org/content/332/6025/60>. Acesso em: 10 dez. 2012.

JERIT, Jennifer; BARABAS, Jason; BOLSEN, Toby. Citizens, Knowledge, and the Information Environment. **American Journal of Political Science**, v. 50, n. 2, 2006. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-5907.2006.00183.x/pdf>. Acesso em: 11 maio 2013.

JOB, Peter et al. **The Reuters Guide to Good Information Strategy**. 2000. Disponível em: <http://jmab.planetaclix.pt/GesInf/Aula5/The_Reuters_Guide_to_Good_Information_Strategy.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2012.

KAIVO-OJA, Jari. **Futures of Journalism Profession; Scenario Analyses of Innovation Journalism Baed on Critical Drivers in Today's Media World**. Paper apresentado na VI Conference on Innovation Journalism, Stanford, 2009. Disponível em: <http://www.innovationjournalism.org/ij6ac/papers/KaivoojaFuturesofJournalismdraft.pdf>. Acesso em: 14 abril 2014.

KARLSSON, Michael. Charting the liquidity of online news: Moving towards a method for content analysis of online news. **International Communication Gazette**, v. 74, n. 385, 2012. Disponível em <http://gaz.sagepub.com/content/74/4/385>. Acesso em: 09 maio 2013.

KASTELLE, Tim. **Five Forms of Filtering. Innovation**. Leadership Network. 2010. Disponível em: <http://timkastelle.org/blog/2010/04/five-forms-of-filtering/>. Acesso em: 19 nov. 2012.

KAUFOLD, Kelly; VALENZUELA, Sebastian; ZUÑIGA, Homero Gil. Citizen Journalism and Democracy: How User Generated Content Use and Participation Relate to Political Knowledge. **Journalism Mass Communication Quarterly**, v. 87, n. 3-4, p. 515-527, 2010. Disponível em: <http://jmq.sagepub.com/content/87/3-4/515>. Acesso em: 11 maio 2013.

KHUN, Thomas. A estrutura das revoluções cientificas. São Paulo: Editora Perspectiva, 2006.

KISSANE, Erin. **The Elements of Content Strategy**. New York: A Book Apart, 2011.

LAGE, Nilson. **A estrutura e técnica da notícia**. 4. ed. Florianópolis: Insular, 2012.

LANE, David; MANSFIELD, Robert. **Ontological Uncertainty and Innovation**. Working Paper. California: Santa Fé Institute, 2004. Disponível em: <http://www.santafe.edu/media/workingpapers/04-06-014.pdf>. Acesso em: 10 abril 2013.

LEVENTOGLU, Izabel. A narrativa jornalística dos manuais de redação: o sujeito-identidade. **Logos Comunicação & Universidade**,

Ano 5, n. 9, p. 57-62, 1998. (segundo semestre). Disponível em: <http://www.logos.uerj.br/PDFS/anteriores/logos09.pdf>. Acesso em: 09 maio 2013.

LIN, Nan. Social Capital. **The International Encyclopedia of Economic Sociology**. Rutledge, 2005 . Disponível em: <http://www.pro-classic.com/ethnicgv/SN/SC/paper-final.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2013.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. Disponível em <http://www.gutenberg.org/ebooks/6456>. Acesso em: 2014.

LIU, Sophia. Trends in Distributed Curatorial Technology to Manage Data Deluge in a Networked World. **Emerging Information Technologies**. UpGrade. v. XI, n. 4 , 2010. Disponível em: <http://www.cepis.org/upgrade/media/liu.IV.20101.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2012.

LUCKÁCS, Georg. **Introdução a uma estética marxista**. Ri de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968; apud GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da Pirâmide**. Florianópolis: Insular, 2012.

LUHMANN, Niklas. **Ecological Communication**. Cambridge: Polity Press, 1989.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia. O jornalismo como produto social de segunda natureza**. São Paulo: Editora Ática, São Paulo, 1989.

MATTELART, Armand. **The Invention of Communication**. Minnesota: University of Minnesota Press, 1996

McCOMBS, Maxwell e SHAW, Donald. **The Agenda Setting Function of Mass Media**. 1972. Disponível em: <http://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf>. ou <http://www.jstor.org/stable/pdfplus/2747787.pdf?acceptTC=true>. Acesso em: 10 maio 2013.

McCOMBS, Maxwell. **Setting the Agenda**: The Mass Media and Public Opinion. Malden: Polity Press, 2004**.**

McCHESNEY, Robert. Communication Revolution, Critical Junctures and the Future of Media. The New Press, Nova Iorque. 2007

MEDITSCH, Eduardo. Journalism as a Forma of Knowledge, a Qualitative Approach. **Brazilian Journalism Review**, v. 1, n. 2, Brasília, 2005. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-journalism-as-a-form-of-knowledge.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2013.

MELUCCI, Alberto. **Challenging Codes, Collective Action in the Information Age**. New York: Cambridge University Press, 1996.

MUTZ, Diana; SOSS, Joe. Reading Public Opinion: The Influence of News Coverage on the Perceptions of Public Sentiment. **The Public Opinion Quarterly**, v. 61, n. 3, 1997. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2749580 Acesso em: 16/07/2013>.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Irotaka. **Gestão do Conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

_____. **The Knowledge Creating Company**. Oxford: Oxford University Press, 1995.

PAPERT, Seymour. **Mindstorms. Children, Computers and Powerful Ideas**. New York: Basic books, 1980.

PARKS, Robert. News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. **American Journal of Sociology**, v. 45, n. 5, The University of Chicago Press, 1940. Disponível em: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2770043?uid=3737664&uid=2&uid=4&sid=21101633814553>. Acesso em: 14 jan. 2013

PENTLAND, Alex. **Social Physics**: How the Good Ideas Spread – The Lessons of a New Science. Penguin Books, 2014. Edição eletrônica Kindle Books.

PIAGET, Jean e INHELDER, Bärbel. **The Child's Conception of Space**. New York: W. W. Norton & Co., 1967.

PLATÃO. *Phaedrus*. Texto datado de 360 A.C. e publicado pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT), na serie Internet Classics. Disponível em http://classics.mit.edu/Plato/phaedrus.html Acesso em: 16/7/2014

POLANYI, Michael. **The Tacit Dimension**. Chicago: Chicago University Press, 1996

PUTNAM, Robert. **Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community**. New York: Simon & Schuster, 2001.

RAMOS, Daniela. Anotações para a compreensão da atividade do "Curador de Informação Digital". In: _____. **Curadoria Digital e o Campo da Comunicação**. São Paulo: ECA/USP, 2012.

RESNICK, M. Distributed constructionism. **Proceedings of the International Conference on Learning Sciences**. Illinois: Northwestern University, jul. 1996. Association for the Advancement of Computing in Education. Disponível em: <http://www.media.mit.edu/~mres/>.

ROBERTS, Joanne. Questioning the Role of Information and Communication Technologies in Knowledge Transfer. **Technology Analysis & Strategic Management**, v. 12, n. 4, 2000. Disponível em: <https://www.academia.edu/357754/From_Know-How_to_Show-How_Questioning_the_Role_of_Information_and_Communication_Technologies_In_Knowledge_Transfer>. Acesso em: 17 jul. 2014.

ROTMAN, Dana; PROCITA, Kezla; HANSEN, Derek; PARR, Cinthia; PREECE, Jennifer. Supporting Content Curation Communities: The Case of Encyclopedia of Life. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 63, n. 6, p. 1092-1117, 2012.

ROSENBAUM, Steven. **Curation Nation**: How to Win in a World Where Consumers are Creators. New York: McGraw Hill, 2011.

ROSENSTIEL, Tom; KOVAC, Bill. **Os elementos do jornalismo**. Portugal: Editora Porto, 2005

SAAD CORREA, Elizabeth. (Ed.). **A Curadoria Digital e o Campo da Comunicação**. São Paulo: Editora ECA-USP, 2012.

SAAD CORREA, Elizabeth; BERTOCCHI, Daniela. A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria. **Matrizes,** ano 5, n. 2, jan./jun., p. 123-144, 2012. Disponível em: <www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/download/340/pdf>. Acesso em: 21 mar. 2013.

MEYER-SCHÖNBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. **Big Data, A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think**. New York: Eamon Dolan/Houghton Mifflin Harcourt, 2013. Edição eletrônica Kindle Books.

SCHUDSON, Michael. The Sociology of News Production Revisited. In: CURRAN, James; GUREVITCH, Michael (Ed.). **The Mass Media and Society**. London: Edward Arnold Publishing House, 1991. p. 141-159.

SCOBLE, Robert. **The Seven Needs of Real Time Curators**. Scobleizer, 2010. Disponível em: <http://scobleizer.com/2010/03/27/the-seven-needs-of-real-time-curators/>. Acesso em: 19 nov. 2012.

SHANNON, Claude Elwood; WEAVER, Warren. **The Mathematical Theory of Communication**. Champaign: University of Illinois Press, 1971.

SKIENA, Steven. **The Algorithm Design Manual**. London: Springer Verlag, 2008. Disponível em: <http://sist.sysu.edu.cn/~isslxm/DSA/textbook/Skiena.-.TheAlgorithmDesignManual.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2013.

SPERBER, Dan; WILSON, Deirdre. **Relevância**: Comunicação e Cognição. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001

SPIRA, Jonathan. **The Information Overload and the Information Professional**. Disponível em: <http://www.factiva.com/campaigns/2012/1784/InformationOverloadReport_1784.pdf>. Acesso em: 2014.

SUNSTEIN, Cass. **Infotopia**: How many minds produce knowledge. New York: Oxford University Press, 2006.

THE World Bank. **What is Social Capital?**. 2011. Disponível em: <http://go.worldbank.org/K4LUMW43B0>. Acesso em: 11/02/2013.

TUCKER, Patrick. **The Naked Future**. New York: Current Hardcover, 2014. Disponível em: <http://patricktucker.com/excerpt/>. Acesso em: 12 out. 2014.

VAN HOUSE, Nancy; CHURCHILL Elizabeth Frances. Technologies of Memory: Key Issues and Critical Perspectives. **Memory Studies**, v. 1, n. 3, p. 295-310, 2008.

VILLI, Mikko. Social curation in audience communities: UDC (user-distributed content) in the networked media ecosystem. **Participations – Journal of Audience & Reception Studies**, v. 9, n. 2, 2012. Disponível em: <http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/33%20Villi.pdf>. Acesso em: 11 out. 2013.

WELLMAN, Barry. Physical Place in Cyberspace: The Rise of Personalized Networking. **International Journal of Urban and Regional Research**, v. 25, n. 2, 2001. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1468-2427.00309/pdf>. Acesso em: 03 jul. 2013.

WILLIAMS, Lisa. **The End of Journalism as 'Outsider's Art**. News Leadership 3.0, Knight Digital MediaCenter. Disponível em: <http://www.knightdigitalmediacenter.org/leadership_blog/comments/20101018_the_end_of_journalism_as_outsider_art>. Acesso em: 08 maio 2013.

WINCH, Slamowir. **Social Capital and Knowledge Management in an Organisation**. International Knowledge and Innovation Networks for European Integration, Cohesion and Enlargement. 2006. Disponível em: <http://www.ikinet.uniroma2.it/WP2_Papers/Warsaw%202.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2013.

WRIGHT, Alex. **Glut, Mastering Information Through the Ages**. Washington: Joseph Henry Press, 1996.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de Informação 2**. Tradução de Information Axiety. Editora de Cultura, São Paulo. 2005.

YIN, Robert. **Estudo de Caso**: Planejamento e Método. Porto Algre: Bookman, 2001. Disponível em: <https://saudeglobaldotorg1.files.wordpress.com/2014/02/yin-metodologia_da_pesquisa_estudo_de_caso_yin.pdf>. Acesso em: 13 jan. 2015.

ZELIZER, Barbie. **Taking Journalism Seriously**: News and the Academy. California: Sage Book Publications, 2004. Edição eletrônica Kindle Books.

_____. **On the shelf life of democracy in journalism scholarship**. California: Sage Book Publications, 2012. doi: 10.1177/1464884912464179.

ZHONG, Changtao; SHAH, Sunil; SUNDARAVADIVELAN, Karthik e SASTRY, Nishanth. **Sharing the Loves**: Understanding the How and Why of Online Content Curation. Paper apresentado na Sétima Conferencia Internacional de Weblogs e Midias Sociais, promovido pela Association for the Advancement of Artificial Intelligence. 2013. p. 660-667. Disponível em: <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM13/paper/view/6137>. Acesso em: 18 jul. 2014.

ZUCKER, Harold Gene. **The Variable Nature of New Media Influence**. New Jersey: Communication Yearbook 2, Transaction Books, 1978.

ANEXOS

Anexo 1 - Ficha Monitoramento Abril 2013

Anexo 2 - Ficha *Shared* Abril 2013

Anexo 3 - Ficha Monitoramento Maio 2013

Anexo 4 - Ficha *Shared* Maio 2013

Anexo 5 - Ficha Monitoramento Junho 2013

Anexo 6 - Ficha *Shared* Junho 2013

Anexo 7 - Ficha Monitoramento Julho 2013

Anexo 8 - Ficha *Shared* Julho 2013

Anexo 9 - Ficha Monitoramento Agosto 2013

Anexo 10 - Ficha *Shared* Agosto 2013

Anexo 11 - Ficha Monitoramento Setembro 2013

Anexo 12 - Ficha *Shared* Setembro 2013

Anexo 13 - Transcrição da entrevista com Carlos Eduardo Lins da Silva

Anexo 14 - Transcrição da entrevista com Luiz Egypto

Anexo 15 - Transcrição da entrevista com Rogério Christofoletti

ANEXO 1 - FICHA MONITORAMENTO ABRIL 2013

Anexo 1 Ficha Monitoramento Abril 2013

Titulo das postagens	Tema	Data	Fonte principal	Tipo	Foco	Nota	Reações Total	Compart autor	Coment curadores	Coment visitantes	Rescooped	Shared	Outros
Find,Collect and Organize	Software	30/abr	Avoca Learning	video	plataforma p/ensino	*	95	3	3	8	33	48	0
The More You Automate, the less...	curadoria	29/abr	Jarche	blog	curadoria e agregação	8	240	3	17	49	68	102	1
Curation, as a pedagogical tool...	curadoria	28/abr	Digital and Media Literacy...	artigo	curation media literacy	8	561	3	23	63	231	241	0
Video Discovery Tools...	software	25/abr	Robin Good	outros	video discovery tools	*	220	3	6	30	78	103	0
Curation is The Future of...	estratégias	25/abr	PSFK	website	curadoria na moda	7	79	3	5	4	23	43	1
Collect and Organize Your Favorite...	software	24/abr	Keeb	video	seleção e publicação	*	296	3	12	67	99	113	2
Get the RSS Feed for Any Twitter...	software	23/abr	Twitter RSS	website	RSS para Twitter	*	112	3	2	11	38	58	0
Create Lozalized RSS Feeds...	software	22/abr	FeedWax	website	RSS para fontes locais	*	166	3	6	31	48	78	0
RSS Reader Reinvented...	software	19/abr	MultiPlx	website	RSS leitor	*	293	3	13	28	105	144	0
Find,Curate and Share...	software	19/abr	Sauna.io	website	seleção e publicação	*	132	3	2	14	47	66	0
Clip,Organize and Upload...	software	18/abr	Waywire	video	seleção e publicação	*	186	3	4	20	60	99	0
An Introduction to Content...	curadoria	18/abr	EDCI515	video	video para ensino	7	303	3	13	20	119	148	0
Find, Discover and Curate...	software	16/abr	Reel Surfer	website	seleção e publicação	*	220	3	9	39	70	99	0
Collect, Organize and ...	software	15/abr	Drag Dis	website	dipagem e arquivo	*	83	3	2	21	24	33	0
News and Topic Monitoring...	software	13/abr	Jeremy Floyd	blog	softwares alternativos	7	247	3	20	25	72	126	1
Curate Your Own eBook...	software	13/abr	Bind Worx	hotsite	produção de ebooks	*	94	3	5	9	28	49	0
Get Full-Length RSS Feeds...	software	11/abr	Feeds Api	video	Leitor de RSS	*	39	3	1	2	12	21	0
Visual News Discovery for...	software	10/abr	Faveeo	video	seleção de noticias	*	61	3	2	17	13	25	1
Atribution in Content Curation...	curadoria	10/abr	Paid Content	artigo	plagio e creditos	7	49	3	4	9	10	23	0
Get Instantly the RSS Feed of...	software	10/abr	Julius Design	website	RSS para Facebook	*	116	3	5	14	33	61	0
How to Curate Your Life	curadoria	09/abr	Joel Zaslofsky	slideshare	curadoria no dia a dia	*	82	3	4	17	21	37	0
The News are Just na Option...	curadoria	07/abr	Content Magazine	artigo	buscas e curadoria	9	104	3	2	17	27	55	0
Journalistic Mindmap Helps...	Software	04/abr	Matter Map	website	mapas mentais e news	*	164	3	8	22	61	70	0
Local News Curation...	curadoria	02/abr	The Breaking News Network	website	rede de noticias locais	*	79	3	2	11	24	39	0
Curating Digital Magazines...	software	01/abr	Flipboard	video	novo Flipboard	*	39	3	1	5	14	16	0
Curation: The Future of News is...	curadoria	01/abr	Insights on the Future of...	slideshare	futuro da midia	8	43	3	2	3	14	21	0
Capture,Organize and Publish...	software	01/abr	Clipboard	artigo	seleção e publicação	*	41	3	0	6	18	14	0
Totais							4144	81	173	562	1390	1932	6
total 27 postagens													
dados coletados em 23,24,25 e 26/10													

ANEXO 2 - FICHA SHARED ABRIL 2013

Anexo 2 Ficha *Shared* Abril 2013								
Titulo	Data	Li	Tu	Fb	Tw	Wp	Vários	Soma
Find,Collect and Organize	30/abr	11	7	9	18	2	1	48
The More You Automate, the less...	29/abr	22	10	15	47	7	1	102
Curation, as a pedagogical tool...	28/abr	59	13	30	124	12	3	241
Video Discovery Tools...	25/abr	33	9	14	40	5	2	103
Curation is The Future of...	25/abr	12	7	6	12	4	2	43
Collect and Organize Your Favorite...	24/abr	23	15	20	47	6	2	113
Get the RSS Feed for Any Twitter...	23/abr	14	7	10	20	5	2	58
Create Lozalized RSS Feeds...	22/abr	14	11	16	27	4	6	78
RSS Reader Reinvented...	19/abr	34	15	29	59	6	1	144
Find,Curate and Share...	19/abr	13	8	15	24	4	2	66
Clip,Organize and Upload...	18/abr	21	13	20	34	6	5	99
An Introduction to Content...	18/abr	36	10	29	66	6	1	148
Find, Discover and Curate...	16/abr	24	12	23	34	6	0	99
Collect, Organize and ...	15/abr	6	5	8	10	4	0	33
News and Topic Monitoring...	13/abr	28	14	27	42	12	3	126
Curate Your Own eBook...	13/abr	8	5	11	18	6	1	49
Get Full-Length RSS Feeds...	11/abr	5	2	3	8	3	0	21
Visual News Discovery for...	10/abr	4	2	7	9	3	0	25
Atribution in Content Curation...	10/abr	4	5	4	8	2	0	23
Get Instantly the RSS Feed of...	10/abr	14	9	15	18	3	2	61
How to Curate Your Life	09/abr	7	5	7	15	3	0	37
The News are Just na Option...	07/abr	12	6	14	16	7	0	55
Journalistic Mindmap Helps...	04/abr	17	9	15	22	4	3	70
Local News Curation...	02/abr	10	4	6	15	3	1	39
Curating Digital Magazines...	01/abr	2	1	3	8	2	0	16
Curation: The Future of News is...	01/abr	4	2	3	10	2	0	21
Capture,Organize and Publish...	01/abr	2	1	3	6	2	0	14
Soma		439	207	362	757	129	38	1932
27 postagens								
dados coletados em 23,24,25 e26/10								

ANEXO 3 - FICHA MONITORAMENTO MAIO 2013

Anexo 3 Ficha Monitoramento Maio 2013

Titulos das postagens	Tema	Data	Fonte principal	Tipo	Foco	Nota	Reações	Compart	Coment	Coment	Rescooped	Shared	Outros
							Total	autor	curadores	visitantes			
Need to Explain to Others...	curadoria	31/mai	Pinterest	outros	visualização de conceitos	*	738	3	36	64	268	366	1
The Curator Job is to Unpack...	curadoria	30/mai	TED	video	curadoriamuseus	7	183	3	6	18	60	96	0
Authomatically Generate...	software	29/mai	Kuratur	website	agregador revista visual	*	88	3	5	7	30	43	0
Curate Websites Collections	software	28/mai	Snapito	website	clipagem websites	*	118	3	5	14	42	51	3
Collect, Tag and Organize...	software	27/mai	Favebucket	video	clipagem websites	*	99	3	4	16	26	50	0
Curate Your Shoppable...	software	26/mai	Monogram	video	curadoria de moda	*	67	3	3	13	13	34	1
What it's the importance od digital...	curadoria	25/mai	DigCurV	video	debate sobre curadoria	*	105	3	3	9	34	54	2
Visually Curate Your Magazine....	software	24/mai	Clipzine	website	clipagem websites	*	143	3	6	25	33	76	0
Agreggate, Curate and Cross Publish..	software	23/mai	Streamifier	video	agregador p/clipagem	*	201	3	9	20	61	101	7
Great Selection of Resources...	curadoria	22/mai	David Kally	blog	seleção de artigos	8	159	3	6	12	63	70	5
A Collection of Collections...	curadoria	22/mai	The Typologist	blog	curadoria visual	*	19	3	1	0	3	12	0
Curators are the true influencers	curadoria	20/mai	Tribaling	artigo	curadoria e narrativas	8	389	3	21	64	116	169	16
Backup,Archive and Search all...	software	20/mai	Ditto Norton	website	backup na nuvem	*	37	3	1	1	11	21	0
Where Curation and Storytelling...	estratégias	15/mai	AlmapBBDO	video	curadoria de imagens	*	150	3	13	13	45	76	0
Why Do You Curate Content...	curadoria	15/mai	Creative Ramblings	artigo	porquê curadoria	7	86	3	4	9	29	41	0
Gimme the Cheese that Matters...	curadoria	14/mai	The Independent	artigo	vantagens da curadoria	7	58	3	4	4	17	30	0
Search, Collect and Organize...	software	14/mai	EdCanvas	video	busca e clipagem p/ensinc	*	157	3	11	11	64	68	0
Beyond Collecting and Sharing...	curadoria	12/mai	Lang Witches	artigo	diferenciais da curadoria	8	291	3	13	20	105	150	0
Start Curating Your Flipboard...	software	11/mai	Flipboard	video	editor de Flipboard	*	132	3	8	18	36	67	0
Create Custom News Discovery...	software	10/mai	Ping it	website	bots pessoais	*	56	3	3	6	14	30	0
Multimedia Curation...	software	08/mai	Crate Player	website	clipagem imagens	*	191	3	3	17	71	97	0
Crap Detection for Social Content...	curadoria	07/mai	Craig Silvermann	slideshare	identificação lixo inf.	8	126	3	11	16	37	59	0
News Filtering and Discovery...	curadoria	06/mai	Contently	artigo	avaliação softwares	6	56	3	3	4	19	24	3
Wordpress Curation Workflow...	curadoria	05/mai	Nathan Weller	blog	curadoria no Wordpress	8	158	3	6	18	42	89	0
Google Reader Alternatives	software	01/mai	Robin Good	outros	alternativas Google Reade	*	211	3	6	25	71	105	1
Totais							4018	75	191	424	1310	1979	39
25 postagens													
Dados recolhidos em 22 e 23/10													

ANEXO 4 - FICHA SHARED MAIO 2013

Anexo 4 Ficha *shared* Maio 2013								
Titulo	Data	Link	Tumblr	Faceb.	Twitter	Wordp.	Outros	
Need to Explain to Others...	31/mai	91	33	66	152	18	6	366
The Curator Job is to Unpack...	30/mai	18	10	18	39	9	2	96
Authomatically Generate...	29/mai	6	5	10	17	5	0	43
Curate Websites Collections	28/mai	10	5	10	21	5	0	51
Collect, Tag and Organize...	27/mai	11	4	11	17	4	3	50
Curate Your Shoppable...	26/mai	7	4	6	12	4	1	34
What it's the importance od digital..	25/mai	12	5	10	21	6	0	54
Visually Curate Your Magazine....	24/mai	14	11	16	26	5	4	76
Agreggate, Curate and Cross Publish	23/mai	25	10	25	35	5	1	101
Great Selection of Resources...	22/mai	16	6	11	34	3	0	70
A Collection of Collections...	22/mai	2	0	3	3	3	1	12
Curators are the true influencers	20/mai	38	15	28	70	7	11	169
Backup,Archive and Search all...	20/mai	3	1	6	8	3	0	21
Where Curation and Storytelling...	15/mai	22	8	11	30	3	2	76
Why Do You Curate Content...	15/mai	11	2	4	21	2	1	41
Gimme the Cheese that Matters...	14/mai	8	1	4	14	3	0	30
Search, Collect and Organize...	14/mai	20	5	8	30	5	0	68
Beyond Collecting and Sharing...	12/mai	38	9	14	77	11	1	150
Start Curating Your Flipboard...	11/mai	15	5	10	30	5	2	67
Create Custom News Discovery...	10/mai	7	2	5	12	3	1	30
Multimedia Curation...	08/mai	21	11	17	39	9	0	97
Crap Detection for Social Content...	07/mai	9	7	10	26	4	3	59
News Filtering and Discovery...	06/mai	5	3	3	10	3	0	24
Wordpress Curation Workflow...	05/mai	25	11	12	34	5	2	89
Google Reader Alternatives	01/mai	22	9	19	45	6	4	105
Soma		456	182	337	823	136	45	1979
25 postagens								
Dados coletados em 23/10								

ANEXO 5 - FICHA MONITORAMENTO JUNHO 2013

Anexo 5 Ficha Monitoramento Junho 2013

Titulo das postagens	Tema	Data	Fonte principal	Tipo	Foco	Nota	Reações	Compart	Coment	Coment	Rescooped	Shared	Outros
							Total	autor	curadores	visitantes			
Flipboard like tools...	software	29/jun	Noovit	website	Revistas online	*	154	3	9	21	42	74	5
Find the True Twitter Influencers...	software	28/jun	Twtrland	website	Tracking Twitter	*	85	3	4	8	25	42	3
Curation start ups...	curadoria	26/set	The Next Web	hotsite	curso de curadoria	*	12	3	0	4	1	3	1
Digital Curator Competences...	curadoria	26/jun	IJDC	artigo	competencias	8	131	3	2	10	46	68	2
The Most Important Skill...	curadoria	26/jun	Intelligistgroup	blog	como praticar	10	37	3	1	4	10	16	3
Curate your personal Magazine	software	24/jun	Conde Nest	video	revista pessoal	*	20	3	0	3	3	11	0
From Creating to Sense Making	curadoria	23/jun	Getmespark	artigo	guia de curadoria	8	89	3	3	8	28	47	0
Online Content Curation Class...	curadoria	21/jun	TheNex Web	hotsite	curso curadoria	*	156	3	7	17	49	78	2
How to Find Great Relevant...	curadoria	21/jun	TheSocial Media Examiner	artigo	guia de curadoria	8	190	3	5	15	64	103	0
Curate Your Private Collection...	software	20/jun	Iceberg.gs	video	clipagem	*	65	3	3	4	21	34	0
How to Plan na Editorial Calendar...	estratégias	19/jun	Tech Republic	artigo	curadoria do tempo	7	64	3	0	2	28	31	0
Put Social Media Curation...	software	18/jun	Bundle Post	website	seleção de conteudos	*	49	3	2	4	17	23	0
Curation Examples...	curadoria	17/jun	Videry	website	curadoria de videos	*	59	3	1	7	18	30	0
Curate Your Own Lists of Best Films...	software	16/jun	Listal	website	seleção de filmes	*	79	3	4	8	19	44	1
Why contnet Curation is a Waste...	curadoria	16/jun	Stunt and Gimmiks	blog	modismo e curadoria	8	50	3	1	10	18	18	0
The Basic Flipboard Curation Guide	curadoria	15/jun	The Edublogger	artigo	guia p/flipboard	8	54	3	4	5	19	23	0
Curation tools for Fashion	estratégias	15/jun	Pinterest	outros	curadoria e moda	*	38	3	1	4	14	16	0
Agreggate,Curate and Publish	software	14/jun	Open Topic	website	curadoria de noticias	*	278	3	7	32	105	131	0
How to Leverage Curation...	curadoria	13/jun	Koed	blog	curadoria no ensino	8	55	3	1	4	21	26	0
Capture Anything from the Web...	software	12/jun	Clipular	video	captura de conteudos	*	94	3	2	8	32	48	1
How to Gradually Grow a Good List...	curadoria	12/jun	Hansdezwart	artigo	uso do Twitter	*	374	3	21	29	133	186	2
Curate Rich Visual Information...	software	10/jun	Etceter	website	organização de temas	*	80	3	2	12	32	31	0
List and Image Curation...	software	09/jun	Instafeed	website	uso Instagram	*	70	3	4	6	16	41	0
Create Persistent Searches...	software	06/jun	The Walker	website	clone do Google Alerts	*	162	3	9	23	54	72	1
The Best Curation Tools for...	curadoria	05/jun	Robin Good	outros	curadoria no ensino	*	529	3	14	36	212	262	2
The Future of Learning is All ...	curadoria	04/jun	Robin Good	podcast	Limitações do Google	*	50	3	0	2	25	20	0
Create Embeddable Pinterest...	software	04/jun	Look Book HQ	website	seleção de imagens	*	54	3	1	3	15	32	0
Curated Search: Blekko Groups...	software	02/jun	Blekko	website	curadoria em buscas	*	81	3	5	8	25	40	0
Curation for Education...	curadoria	01/jun	The Yellow Sequoia	artigo	jogos curadoria ensino	8	181	3	4	16	79	79	0
Total							3340	87	117	313	1171	1629	23
29 postagens													
Dados coletados em 20 e 21 /10													

ANEXO 6 - FICHA SHARED JUNHO 2013

Anexo 6 Ficha *shared* Junho 2013								
Titulo	Data	Link	Tu	Fb	Tw	Wp	Vários	Total
Flipboard like tools...	29/jun	11	8	18	28	5	4	74
Find the True Twitter Influencers...	28/jun	6	6	9	17	4	0	42
Curation start ups...	26/set	0	0	1	1	1	0	3
Digital Curator Competences...	26/jun	14	5	16	30	3	0	68
The Most Important Skill...	26/jun	4	0	3	7	2	0	16
Curate your personal Magazine	24/jun	1	1	4	3	2	0	11
From Creating to Sense Making	23/jun	9	3	10	17	6	2	47
Online Content Curation Class...	21/jun	15	9	16	26	5	7	78
How to Find Great Relevant...	21/jun	25	9	23	38	4	4	103
Curate Your Private Collection...	20/jun	5	4	11	7	1	6	34
How to Plan na Editorial Calendar...	19/jun	7	2	7	13	2	0	31
Put Social Media Curation...	18/jun	6	1	5	9	2	0	23
Curation Examples...	17/jun	5	3	5	13	3	1	30
Curate Your Own Lists of Best Films...	16/jun	17	3	11	10	2	1	44
Why contnet Curation is a Waste...	16/jun	4	0	4	8	1	1	18
The Basic Flipboard Curation Guide	15/jun	1	1	5	12	2	2	23
Curation tools for Fashion	15/jun	4	0	4	7	1	0	16
Agreggate,Curate and Publish	14/jun	34	15	31	44	5	2	131
Hot to Leverage Curation	13/jun	7	1	7	9	2	0	26
Capture Anything from the Web...	12/jun	11	4	13	17	3	0	48
How to Gradually Grow a Good List...	12/jun	43	14	29	84	6	10	186
Curate Rich Visual Information...	10/jun	6	2	9	13	1	0	31
List and Image Curation...	09/jun	6	6	8	15	4	2	41
Create Persistent Searches...	06/jun	20	7	11	27	5	2	72
The Best Cuartion Tools for...	05/jun	84	13	53	101	10	1	262
The Future of Learning is All ...	04/jun	5	2	5	7	1	0	20
Create Embeddable Pinterest...	04/jun	6	4	8	10	3	1	32
Curated Search: Blekko Groups...	02/jun	7	4	7	19	3	0	40
Curation for Education...	01/jun	16	8	14	38	3	0	79
Soma		379	135	347	630	92	46	1629
29 postagens								
Dados colhidos em 20 e 21/10								

ANEXO 7 - FICHA MONITORAMENTO JULHO 2013

Anexo 7 Ficha Monitoramento Julho 2013

Titulo das postagens	Tema	Data	Fonte principal	Tipo	Foco	Nota	Reações	Compart	Coment	Coment	Rescoopec	Shared	Outros
							Total	autor	curadores	visitantes			
Finde the Best Movies...	software	31/jul	Jaman	website	Busca de filmes	*	24	3	0	2	6	12	1
Hashtag monitoring...	software	31/jul	Social Samosa	website	Monitoria do Twitter	*	202	3	8	20	69	102	0
Organize Any Type of Documents...	software	30/jul	Adobe	website	Organização de PDFs	*	30	3	0	1	7	18	1
Gather and Monitor...	software	28/jul	How To Cnet	website	Atalhos no Chrome	*	71	3	2	8	26	29	3
Warning: Content Curation is not...	curadoria	27/jul	Business2 Community	artigo	marketing e curdoria	8	77	3	3	32	21	15	3
Clip and Organizae Your Favorite...	software	27/jul	About Clipsi	website	organizar clipagem	*	83	3	2	15	29	31	3
Argument Curation: An effective...	estrategias	26/jul	Digitalis	artigo	leitura critica	9	440	3	24	36	170	204	3
Curated Visual Storytelling...	software	25/jul	Brick Flow	website	filtro redes slideshow	*	188	3	11	34	45	92	3
Matt Cutts on Content Curation...	curadoria	24/jul	Google Webmasters	video	curadoria e colagem	8	50	3	1	4	16	25	1
Curate Instagram Pics...	software	23/jul	Ink 361	website	organiza Instagram	*	81	3	3	16	26	30	3
Create Your Own Art Collections...	curadoria	23/jul	Robin Art collection	outros	coleções de arte	*	63	3	3	9	21	26	1
Curate, Review Find and Discover...	software	22/jul	Edshelf	video	education tools	*	188	3	12	16	65	89	3
Copyright: Key differences	curadoria	22/jul	TED	video	remixagem	8	30	3	2	2	11	11	1
Where to Find Hot Trending	curadoria	21/jul	Seomomma	website	identif. Tendencias	8	71	3	1	5	23	38	1
Socially Curated Search Engine...	software	20/jul	Ingenuity	video	buscas em redes soc.	*	105	3	2	9	27	61	3
Curate, Organize and Vizualize ...	software	18/jul	Treemap	website	visualização dados	*	96	3	5	7	31	50	0
Find Collect and Share Your Quotes..	software	17/jul	Findings	website	clipagem online	*	57	3	4	7	19	22	2
Web Scraping Tools...	software	16/jul	Extract Web Data	website	extração dados	8	49	3	4	4	18	19	1
How Curation Can Be Used to Teach...	curadoria	16/jul	Jime Open	artigo	leitura critica	8	240	3	13	15	93	115	1
Content Curation Easier...	curadoria	14/jul	Rohit Bhargava	blog	marketing conteudos	5	67	3	1	8	18	35	2
Curators as Filgter Feeders...	curadoria	14/jul	Open Sorcery	artigo	filtragem conteudos	10	29	3	2	3	10	10	1
Clip, Annotate, Markup and...	software	12/jul	Scrible	website	indexação websites	*	249	3	10	23	89	124	0
Aggregate, Filter and Publish RSS...	software	11/jul	Feed Welter	hotsite	filtro RSS	*	38	3	1	4	14	13	3
Music Curation Is In the Future...	curadoria	11/jul	Hypebot	artigo	futuro da musica	8	73	3	3	8	19	39	1
Curate Your Search Results...	software	10/jul	Qwant	website	meta buscas	*	260	3	11	30	88	125	3
Content Curation Tools:...	software	09/jul	Robin tools	outros	curation tools	*	230	3	14	21	85	106	1
Content Curation Not Na Option...	curadoria	06/jul	School Library Monthly	artigo	beneficios curadoria	8	65	3	1	3	20	37	1
Content Curation Tools: Two More...	curadoria	06/jul	The Next Web	hotsite	curso sobre curadoria	*	34	3	1	2	6	20	2
Deep Design Turns Chaos into...	estrategias	05/jul	Thomas Goetz	video	curadoria e design	*	37	3	1	4	6	22	1
Easily Curate Thematic Video...	software	05/jul	Rockpack	video	filtro musicas iPad	*	44	3	2	4	9	25	1
Why Google, Yahoo and Others...	software	04/jul	Marco	artigo	interoperabilidade	9	81	3	1	10	23	43	1
Curation For Learning Means...	curadoria	03/jul	Pete Yeomans	blog	curadoria e ensino	9	57	3	2	6	17	28	1
More Bonus Tools Line Up...	curadoria	03/jul	The Nex Web	hotsite	curso sobre curadoria	*	10	3	0	1	1	5	0
Preserve Forever Your Bookmarks...	software	02/jul	Permarmarks	hotsite	bookmarking	*	54	3	3	10	16	21	1
Clip Anything from the Web...	software	01/jul	Memit	video	clipagem imagens	*	35	3	3	3	14	11	1
First Four Bonus Curation Tools...	curadoria	01/jul	The Next Web	hotsite	curso curadoria	*	29	3	1	3	8	14	0
Totais							3537	108	157	385	1166	1667	54
Total 36 postagens													
Dados colhidos em 12.13 e 14/10													

ANEXO 8 - FICHA SHARED JULHO 2013

Anexo 8 Ficha *shared* Julho 2013								
Titulo	Data	Li	Tu	Fb	Tw	Wp	Vários	Soma
Finde the Best Movies...	31/jul	2	3	1	5	1	0	12
Hashtag monitoring...	31/jul	26	9	21	40	3	3	102
Organize Any Type of Documents...	30/jul	3	2	5	2	2	4	18
Gather and Monitor...	28/jul	4	2	7	15	0	1	29
Warning: Content Curation is not...	27/jul	1	0	3	10	0	1	15
Clip and Organizae Your Favorite...	27/jul	6	3	6	15	1	0	31
Argument Curation: An effective...	26/jul	56	17	33	83	9	6	204
Curated Visual Storytelling...	25/jul	19	9	20	38	5	1	92
Matt Cutts on Content Curation...	24/jul	3	3	4	10	1	4	25
Curate Instagram Pics...	23/jul	5	3	6	12	1	3	30
Create Your Own Art Collections...	23/jul	3	2	6	13	2	0	26
Curate, Review Find and Discover...	22/jul	19	11	17	35	6	1	89
Copyright: Key differences	22/jul	2	1	3	4	1	0	11
Where to Find Hot Trending	21/jul	7	4	7	16	3	1	38
Socially Curated Search Engine...	20/jul	16	5	15	15	7	3	61
Curate, Organize and Vizualize ...	18/jul	7	7	12	18	3	3	50
Find Collect and Share Your Quotes..	17/jul	5	0	4	11	2	0	22
Web Scraping Tools...	16/jul	3	1	3	10	1	1	19
How Curation Can Be Used to Teach...	16/jul	21	10	21	51	11	1	115
Content Curation Easier...	14/jul	7	6	6	12	2	2	35
Curators as Filgter Feeders...	14/jul	2	0	3	4	1	0	10
Clip, Annotate, Markup and...	12/jul	23	12	25	45	10	9	124
Aggregate, Filter and Publish RSS...	11/jul	1	2	3	5	1	1	13
Music Curation Is In the Future...	11/jul	7	5	11	12	4	0	39
Curate Your Search Results...	10/jul	22	11	27	50	9	6	125
Content Curation Tools:...	09/jul	21	12	18	45	8	2	106
Content Curation Not Na Option...	06/jul	7	3	10	13	1	3	37
Content Curation Tools: Two More...	06/jul	4	2	5	2	3	4	20
Deep Design Turns Chaos into...	05/jul	5	2	6	5	3	1	22
Easily Curate Thematic Video...	05/jul	5	4	7	7	2	0	25
Why Google, Yahoo and Others...	04/jul	9	6	4	17	5	2	43
Curation For Learning Means...	03/jul	4	4	6	10	3	1	28
More Bonus Tools Line Up...	03/jul	1	0	1	2	1	0	5
Preserve Forever Your Bookmarks...	02/jul	4	2	3	11	1	0	21
Clip Anything from the Web...	01/jul	1	0	2	5	3	0	11
First Four Bonus Curation Tools...	01/jul	3	2	3	5	1	0	14
Soma		334	165	334	653	117	64	1667
36 postagens								
Dados colhidos em 12, 13 e 14/10								

ANEXO 9 - FICHA MONITORAMENTO AGOSTO 2013

Anexo 9 Ficha Monitoramento Agosto 2013

Titulo das postagens	Tema	Data	Fonte principal	Tipo	Foco	Nota	Reações Total	Compart autor	Coment curadores	Coment visitantes	Rescooped	Shared	Outros
Modern Content Curation	curadoria	31/ago	The Social Media	blog	readers digest	*	33	3	1	3	8	17	1
Curate Real Time News	software	29/ago	Support Wordpress	website	embeded curation	*	88	3	4	23	23	31	4
The Spirit of Archivists...	estratégias	27/ago	Contents Magazine	artigo	contexto informativo	8	76	3	4	12	21	33	3
The Six Pillars of SEO...	estratégias	26/ago	Search Engine Watch	blog	curadoria & SEO	8	52	3	1	4	21	23	0
Sending People to See Other Sites...	estratégias	25/ago	The Scoop / Master Media	website	Scoop it	*	123	3	5	43	24	48	0
How Big Brands Aggregate...	estratégias	25/ago	Top Rank Blog	blog	comunidades de curadoria	8	38	3	2	2	13	16	2
Curate All Your Open Browser Tabs...	software	23/ago	Collectabily	video	organização de paginas	*	82	3	1	7	28	41	2
What is Curation and Why is ...	estratégias	22/ago	You Tube	video	treinamento organizacional	7	56	3	1	6	21	24	1
A Curated FlipMag...	software	21/ago	Flipboard	artigo	narrativa visual	*	23	3	0	7	5	6	2
Curate ¨Publish Lean Start Pages...	software	20/ago	Start Me	website	home page pessoal	*	78	3	1	13	33	28	0
Curate and Share your Own Book...	software	18/ago	Library Thing	website	catalogo pessoal de ebooks	*	105	3	3	16	31	51	1
How Google Could Really Help...	estratégias	14/ago	Wired	artigo	papel do Google	9	47	3	1	5	15	22	1
Content Curation for Marketers...	estratégias	13/ago	Curata	blog	estrategias de curadoria	7	94	3	2	6	36	45	2
User Curated Search Engine...	software	11/ago	Research Zakta	website	catalogo sites recomendados	*	128	3	3	16	49	53	4
Guiding Customers to the best...	estratégias	11/ago	The Fool	website	recomendação e curadoria	8	16	3	1	3	3	5	1
Curate Product Collections...	software	08/ago	Amazon	website	Wish list da Amazon	*	28	3	1	6	4	14	0
Search,Collect, Sync and Publish...	software	06/ago	One Play List	website	buscas de videos e audios	*	79	3	1	11	25	35	4
Curation as a Business Model...	estratégias	06/ago	Forbes	artigo	curadoria como negocio	7	63	3	5	3	21	30	1
Curate Your Favourite Products...	software	04/ago	Amazon	website	catalogo compras	*	48	3	1	8	13	22	1
Guidelines for Content Curation...	estratégias	02/ago	Bruceclay	artigo	curadoria & SEO	8	54	3	4	4	21	21	1
Curate Great Looking Web ...	software	02/ago	Flipboard	video	produção revistas online	*	35	3	1	5	11	15	0
Totais							1346	63	43	203	426	580	31
21 postagens													
Dados recolhidos em 10 e 11/10													

ANEXO 10 - FICHA SHARED AGOSTO 2013

Anexo 10 Ficha *shared* Agosto 2013								
Titulo do post	Data	Li	Tu	Fb	Tw	Wp	Vários	Soma
Modern Content Curation	31/ago	4	3	0	6	0	4	17
Curate Real Time News	29/ago	5	5	4	11	0	6	31
The Spirit of Archivists...	27/ago	8	4	4	12	3	2	33
The Six Pillars of SEO...	26/ago	3	4	3	11	0	2	23
Sending People to See Other Sites...	25/ago	14	4	6	19	0	5	48
How Big Brands Aggregate...	25/ago	3	2	3	7	1	0	16
Curate All Your Open Browser Tabs...	23/ago	11	6	3	16	1	4	41
What is Curation and Why is ...	22/ago	4	2	2	9	0	7	24
A Curated FlipMag...	21/ago	1	1	1	3	0	0	6
Curate ¨Publish Lean Start Pages...	20/ago	3	3	2	18	0	2	28
Curate and Share your Own Book...	18/ago	14	2	8	22	2	3	51
How Google Could Really Help...	14/ago	5	1	2	8	1	5	22
Content Curation for Marketers...	13/ago	14	3	8	17	3	0	45
User Curated Search Engine...	11/ago	11	3	9	25	2	3	53
Guiding Customers to the best...	11/ago	1	1	0	2	1	0	5
Curate Product Collections...	08/ago	4	2	2	4	1	1	14
Search,Collect, Sync and Publish...	06/ago	4	8	4	13	1	5	35
Curation as a Business Model...	06/ago	8	3	5	12	1	1	30
Curate Your Favourite Products...	04/ago	2	1	4	13	0	2	22
Guidelines for Content Curation...	02/ago	4	2	2	13	0	0	21
Curate Great Looking Web ...	02/ago	2	0	3	7	2	1	15
Soma		125	60	75	248	19	53	580
21 postagens								
Dados recolhidos em 10 e 11/10								

ANEXO 11 - FICHA MONITORAMENTO SETEMBRO 2013

Anexo 11 Ficha Monitoramento Setembro 2013

Titulo da postagem	Tema	Data	Fonte principal	Tipo	Foco	Nota	Reações	Compart	Coment	Coment	Rescooped	Shared	Outros
							Total	autor	curadores	visitantes			
Pinterest Pùblishing Guide	software	30/set	Scrib	website	Uso do Pinterest	8	96	3	3	11	29	46	4
Value of List-Making	estrategias	28/set	Beth Kanter	blog	Organização tarefas	7	34	3	4	4	9	14	0
Content Curation for Learning	curadoria	28/set	Learn Patch	video	visoes da curadoria	7	48	3	3	5	14	22	1
Content Curation Guide	curadoria	25/set	The Content Authority	website	introdução curadoria	8	270	3	10	29	98	130	0
Permanenet Archival of Author...	software	24/set	Perma	hotsite	organizador arquivos	*	55	3	3	5	13	29	2
Content Curation for Start Ups...	curadoria	24/set	Growth Devil	website	programação	8	35	3	2	3	14	12	1
Content Curation : How to....	curadoria	24/set	The Content Marketing Inst.	artigo	curadoria marketing	7	39	3	4	3	10	16	3
In-Context Content Discovery...	software	22/set	Pug Marks	website	sugestões de links	*	55	3	0	5	18	28	1
Create Curated Expert Filtered...	software	21/set	Zeef	website	diretorio links	*	81	3	5	17	22	34	0
Curate Your Favorite Web ...	software	19/set	Wibki	video	organização imagens	*	56	3	0	13	14	25	1
Curated Visual Collections	curadoria	18/set	Tipographic Posters	website	galeria posters	*	20	3	0	1	7	8	1
To Select the Unique Skill...	curadoria	17/set	Brands Avant	blog	debate curadoria	8	57	3	4	5	23	21	1
Curation can cure the body...	curadoria	15/set	The School of Life	blog	biblioterapia	8	50	3	3	4	14	24	2
The curated Search Engine...	software	15/set	Gooru Learning	video	buscas web K12	*	80	3	2	9	31	34	1
How Content Curation Can Be...	curadoria	13/set	Dezeen	artigo	debate curadoria	9	33	3	1	8	11	9	1
The Future of Music Curation	curadoria	13/set	Hypebot	podcast	curadoria musical	7	24	3	0	1	6	13	1
A Curated Audio-Visual	curadoria	10/set	Thump	video	clip video musica	10	21	3	1	1	3	12	1
Curated Guidelines and Examples...	curadoria	08/set	Mindy McAdams	blog	curadoria jornalistica	8	70	3	4	3	27	29	4
5 Examples of Websites...	curadoria	05/set	Maximize Social Business	blog	curadoria negocios	7	70	3	2	2	30	32	1
Curate Your Thoughts and Ideas...	software	03/set	Gingko	video	organização textos	*	59	3	3	7	21	24	1
Local News Aggregator Hunt...	software	03/set	News Hunt	website	buscas noticia local	*	13	3	0	0	4	6	0
News Discovering: Tracking Online...	software	02/set	Ping it	blog	busca personalizada	*	15	3	2	1	6	2	1
Curation Levels: Lerner, Facilitator...	curadoria	02/set	Teach Wiki	blog	curadoria de design	7	81	3	6	9	25	36	2
Embed Your Scoop...	software	02/set	Scoop it	website	Anexar recomendação	*	111	3	4	31	30	42	1
Get All Your Favorite Website....	software	01/set	Feed2email	hotsite	Monitoria sites		49	3	1	8	15	21	1
Totais							1522	75	67	185	494	669	32
25 postagens													
Dados recolhidos em 7 e 8/10													

ANEXO 12 - FICHA SHARED SETEMBRO 2013

Anexo 12 Ficha *shared* Setembro 2013								
		Li	Tu	Fb	Tw	Wp	Vários	Soma
Pinterest Pùblishing Guide	30/set	11	5	7	18	3	2	46
Value of List-Making	28/set	5	2	0	5	2	0	14
Content Curation for Learning	28/set	3	2	4	8	3	2	22
Content Curation Guide	25/set	31	16	19	56	7	1	130
Permanenet Archival of Author...	24/set	7	3	7	9	3	0	29
Content Curation for Start Ups...	24/set	2	1	3	6	0	0	12
Content Curation : How to....	24/set	5	3	3	2	0	3	16
In-Context Content Discovery...	22/set	4	4	6	12	0	2	28
Create Curated Expert Filtered...	21/set	6	3	10	13	2	0	34
Curate Your Favorite Web ...	19/set	5	3	4	9	2	2	25
Curated Visual Collections	18/set	2	1	1	3	1	0	8
To Select the Unique Skill...	17/set	3	2	4	10	2	0	21
Curation can cure the body...	15/set	3	2	5	9	2	3	24
The curated Search Engine...	15/set	5	3	7	17	2	0	34
How Content Curation Can Be...	13/set	1	1	0	7	0	0	9
The Future of Music Curation	13/set	4	3	1	5	0	0	13
A Curated Audio-Visual	10/set	1	2	2	4	1	2	12
Curated Guidelines and Examples...	08/set	6	3	5	12	2	1	29
5 Examples of Websites...	05/set	7	4	3	14	2	2	32
Curate Your Thoughts and Ideas...	03/set	3	3	3	13	1	1	24
Local News Aggregator Hunt...	03/set	2	0	0	4	0	0	6
News Discovering: Tracking Online...	02/set	0	0	0	2	0	0	2
Curation Levels: Lerner, Facilitator...	02/set	8	4	7	15	1	1	36
Embed Your Scoop...	02/set	8	5	6	15	6	2	42
Get All Your Favorite Website....	01/set	3	3	2	9	1	3	21
Soma		135	78	109	277	43	27	669
25 postagens								
Dados recolhidos em 10 e 11/10/2013								

ANEXO 13 - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM CARLOS EDUARDO LINS DA SILVA

Entrevista gravada em 12/2/2013

P - Quando você ouve falar de curadoria, o que vem a sua mente? Que tipo de percepção imediata lhe ocorre?
R - Acho que é um trabalho de coletar notícias e informações a respeito de um determinado tema. Como um editor, um trabalho de curadoria é como a edição, na minha opinião, a base é a mesma.

P - Como classificaria o seu trabalho de seleção de artigos?
R - Alguns classificariam na nova terminologia como curadoria, eu classifico como edição. Como se eu estivesse fazendo um jornal sobre assuntos de jornalismo. Eu seleciono as notícias que acho mais dignas de distribuição e as envio para vocês. É um trabalho de edição, ou de curadoria, para mim são quase sinônimos. Eu não tenho formação teórica sobre este tema, eu não estudei curadoria. Nunca li nada de autores acadêmicos.

P - Quando você seleciona os artigos tem algum público em mente?
R - O grupo de pessoas que trabalham e simpatizam com o Observatório da Imprensa.

P - Que uso você acha que elas farão?
R - O uso que cada uma decidir. Eu tenho uma ideia geral dos interesses das pessoas que recebem o meu material.

P - Quais os critérios que usa para selecionar os artigos?
R - Uso o critério da qualidade e da pertinência. Eu mando artigos sobre cinema para o meu filho, sobre hotelaria para a minha filha, artigos sobre o Japão para

minha mulher, sobre Alzheimer para meu irmão e sobre estudos medievais para minha outra filha. Eu escolho artigos que tenham credibilidade, tenham sido originados de uma boa fonte.

P - Você trabalha com vários públicos alvo?
R - Se formos pensar apenas no tema jornalismo, eu diria que sim, trabalho com um público alvo formado por pessoas que se interessam por este tema. É a minha prioridade, mas quando tropeço em outros temas, eu seleciono de acordo com os interesses de pessoas especificas, como eu já mencionei o caso da minha família. Isto poderia ser chamado de curadoria.

P - Você se preocupa com o feedback das pessoas que recebem seu material?
R - Não, na verdade não dependo do feedback, mas gosto quando alguém diz que está bom e que o material é útil. Minha mulher é quem mais me dá feedback, mas eu não faço o trabalho esperando feedback.

P - Você já ouviu falar na expressão gatewatching? Qual a relação entre o gatewatching e o seu trabalho, são idênticas, paralelas?
R - São similares, poderia ser também chamada de curadoria. Mas mais uma vez, eu não tenho conhecimento teórico sobre isto.

P - Como você acha que a curadoria poderia se inserir na cadeia de produção de notícias?
R - Eu acho que o curador poderia ser uma espécie de pauteiro no jornalismo. É o cara que vai recolhendo as notícias, que vai decidindo entre o que vale ou não vale a pena publicar. Para mim a curadoria é uma espécie de pauta jornalística.

P - Você acha que o processo de edição é um processo aberto? Você deixa o receptor selecionar o que lhe interessa mais? Qual a margem de liberdade que o

receptor tem de escolher o que fazer? É maior ou menor do que no caso em que você entrega um leque de possibilidades?
R - Depende do que a pessoa está buscando.

P - Você lê os artigos que seleciona na íntegra?
R - A maioria eu leito na íntegra, mas uma boa parte é só o início ou até a metade.

P - Quantas horas isto te consome?
R - Eu não dirijo por isto uso o tempo de deslocamento para o trabalho para fazer a seleção primária. É mais ou menos uma hora e meia para ir e outro tanto para voltar. Eu vou no meu iPad varrendo as fontes New York Times, Washington Post, Financial Times, Wall Street, New Yorker, Economist, El Pais, US Today e no agregador Zeek, visito também a página do Poynter do qual eu recebo avisos e sumários. Eu vou lendo as notícias como eu fazia normalmente com a leitura de jornal impresso. Mando os links das notícias selecionadas para mim mesmo, por e-mail. Também uso o Media Bistro e os resumos de notícias enviados por jornais como o New York Times, a partir de critérios que eu estabeleço. Quando tenho tempo em casa eu abro os links e mando para os receptores. No mínimo três horas diárias e nos fins de semana toma umas cinco horas. Entre 25 a 30 horas por semana. Eu já fazia antes, mas com recortes de papel. Agora muito mais rápido e mais abrangente.

P - Como você vê a curadoria ou a seleção de notícias dentro de um processo de produção de conhecimento?
R - Você está produzindo conteúdos a partir de tudo o que você leu ao fazer a seleção de notícias. Eu tenho um arquivo semanal de todo este material. Eu tenho uma coluna na Meio e Mensagem, anoto matéria curadas e que me servem para a coluna. Anotei por exemplo artigos sobre jornais que estão ganhando dinheiro. Quando eu for escrever eu vou consultar este material. Mas

eu ainda não sei exatamente o que vou fazer com todo o material. Acho que isto pode ser classificado como produção de conhecimento.

ANEXO 14 - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM LUIZ EGYPTO

Entrevista gravada em 7/6/2013

P - Como a avalancha de notícias afeta teu trabalho e teu quotidiano?
R - Afeta de maneira negativa pela sobrecarga de material informativo a ser selecionado, e afeta benignamente pela ampliação da diversidade dos conteúdos que recebo e tenho acesso. Passo praticamente todo o dia plugado na internet, leio quatro jornais online por dia e só leio as edições em papel nos finais de semana.

P - Como isto afetou tua capacidade de analisar fatos?
R - Como editor, a avalancha informativa reduziu o meu tempo para escrever e produzir. O volume de informações me obriga a ficar o tempo todo em função das tarefas de seleção e agregação de valor aos textos que analiso. É um processamento muito intenso de material informativo e que ultrapassa a mera seleção. O tempo que dedico à organização, revisão e hierarquização do material recebido é cada vez maior.

P - Usa algum tipo de software para fazer a triagem de notícias?
R - Não. Não uso o RSS porque me incomoda. Sou parcimonioso no Facebook porque ele me distrai muito. Eu prefiro ler tudo. Estou atento aos blogs, sites de jornais e todos os textos que me mandam. Quero identificar tendências, conferir com versões originais, capturar significados ocultos, etc. E isto a gente ainda só consegue fazer usando os neurônios humanos.

P - Usa algum tipo de recomendação por pessoas ou softwares?
R – Confio mais no meu taco. Leio todo o dia e isto me ajuda a fazer a seleção.

P - Ao fazer a seleção de informações você pensa em recomendar algo ou desenvolver o teu pensamento?
R - O que me orienta na seleção é o escopo do Observatório da Imprensa.

P - Como definiria uma pessoa que orienta outras na triagem de notícias?
R - O nome disto é edição. No meio da barafunda informativa há necessidade de alguém que organiza tudo de forma a tornar inteligível a realidade que nos cerca. É a edição. É uma escolha, mas ela é baseada nos critérios de uma organização, na experiência histórica do Observatório da Imprensa. Minha preocupação é criar nexos entre conteúdos muitas vezes dispares mas que são organizados para que o leitor possa entender o contexto mais amplo de fatos, fenômenos e processos que nos cercam.

P - Quais as exigências mínimas para quem faz esta seleção?
R - Saber separar o joio do trigo, experiência, tirocínio, bom senso. Muito de tudo isto. Muita atenção ao que ocorre a nossa volta. O Observatório é um veículo jornalístico, ele não é uma revista acadêmica. Seu objetivo primordial é o mundo do jornalismo, uma atividade que poderia ser definida como estar em permanente estado de atenção, de prontidão, para poder discernir o que é espuma e o que é onda, separar fatos dos delírios. Desconfiando sempre.

P - Como verias jornalistas orientando jornalistas na seleção de notícias?
R - Vejo como um trabalho de um editor orientando repórteres. Jornalismo não é uma atividade solitária. |Um jornalista deve criar condições para que os outros profissionais também desempenhem sua função de filtrar, editar e distribuir informações. Orientar, dar sequência, formar sucessores para que a experiência jornalística seja disseminada.

P - Como distinguiria edição, tutoria, curadoria?

R - Edição é uma atividade técnica que requer uma porção intangível de sensibilidade, experiência e conhecimento. A tutoria é pedagógica, pressupõe uma preocupação com o desenvolvimento de uma equipe e o cumprimento de uma tarefa. A curadoria é a seleção de tudo aquilo que está em torno dos objetivos do veículo no qual você está envolvido. É na verdade uma grande peneira.

P - A curadoria é compatível com o jornalismo?
R - No caso do Observatório da Imprensa podemos dizer que fazemos uma curadoria jornalística para ajudar no debate sobre a mídia.

P - A seleção de conteúdos é feita a partir da ótica do Observatório ou você oferece um cardápio aberto para que o leitor escolha?
R - Valorizamos a diversidade por uma questão de princípio. O Observatório é um veículo plural, a seleção tem a ver com o escopo do OI, tem a ver com o espaço que ocupamos na mídia , a oferta tem a ver com o cardápio que oferecemos semanalmente.

ANEXO 15 - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM ROGÉRIO CHRISTOFOLETTI

Entrevista gravada em 3/12/2013

P – Como a avalancha informativa está afetando o seu dia a dia no trabalho e fora do trabalho?
R - Afeta muito na medida em que eu me sinto permanentemente desinformado. Isto me angustia muito e eu tento otimizar. De uns anos para cá adotei alguns procedimentos, que me consomem muito tempo. Não vivo sem o RSS, o que me consome mensalmente um tempo precioso para revisar as assinaturas de RSS. Uso também o Facebook, Twitter, tudo via Twitback para saber das coisas. E mesmo assim passa muita coisa. Lá do RSS eu puxo alguma coisa para os meus favoritos, mas mesmo assim não dá. As vezes passa uma semana sem que eu olhe todos os registros. Ontem dei uma aula. Esta aula já estava pronta desde o início do semestre, mas ontem eu revisei toda a aula em função de informações novas recolhidas no RSS e na Web.

P - Você mencionou softwares que usa para selecionar informações relevantes. Que tipo de pessoa, referência pessoal, você usa para obter referências informativas?
R - Eu tenho alguns gurus, principalmente na área do jornalismo e da comunicação. Sigo Paul Bradshaw, na Inglaterra, Clay Shirky, nos Estados Unidos, Jeff Jarvis e Dan Gillmore. Sigo alguns canais, que são pessoas mais do que instituições. Mas busco por exemplo o Knight Center, o Poynter Institute e o site journalism.co.uk. Isto para a área da comunicação. Para outras áreas, eu tenho adotado a seguinte postura: evitar ficar usando sempre as mesmas referências, as mesmas pessoas. Evito ficar me orientando apenas pelas pessoas que frequentam o meu Facebook ou Twitter, para evitar ficar olhando a árvore e me fechando para o bosque. É um trabalho de Sisifo. Começa e não termina.

P - Quais os softwares ou pessoas que te ajudam a fazer melhores escolhas informativas?
R - Faço uma combinação dos dois. Não excluo uma em beneíicio de outra. Acho que precisamos tanto dos softwares como dos gurus. Eu fico em média de 12 a 14 horas conectado diariamente à internet. Eu quero reduzir o meu tempo de tela, o tempo que fico em frente ao computador. Por isto não tenho internet no celular. Estou lendo o livro, o Blackberry de Hamlet, onde ele defende a necessidade de desconectar para poder ter condições de julgar o que recebe, para pensar e filtrar. Como se desintoxicar da internet. Esta desintoxicação nos permite ter outra conexão com o conhecimento disponível na rede.

P - Que requisitos você acha que uma pessoa deveria ter para funcionar como curador de notícias?
R - Acho que precisa ter abertura para posições divergentes, sem preconceitos em relação a novos canais de informação, deve estar permanentemente atualizado, criterioso na avaliação da credibilidade das suas fontes de informação; voltado para o seu público alvo, estabelecer uma relação de reciprocidade com o público para que este logre abastecê-lo com informações.

P - Como você insere o jornalismo neste contexto?
R - Aqui temos um gap. O jornalismo deve buscar cada vez mais horizontalizar diálogos com sua audiência, não só procurar orientar a audiência mas beber nesta mesma audiência. Algo que possa fazer com que ele, jornalismo, se reoriente na direção dos interesses desta mesma audiência. O jornalismo deve procurar repactuar sua relação com a audiência.

P - Quando se fala de curadoria de notícias, o que lhe vem à cabeça?
R - Me vem à cabeça a ideia de que se trata de uma etapa cada vez mais importante no processo informativo. Mas a questão da curadoria também me

chama particularmente a atenção no problema ético. O curador vai oferecer links em seu site ou blog. Que links ele deve oferecer? Que tipos de cuidados devem ser adotados nesta escolha? Que tipo de cuidados na captura de conteúdos de terceiros. Compartilho da preocupação da Elizabeth Saad da necessidade de se buscar um conceito para a curadoria. Embora a ideia da curadoria venha desde a época dos romanos, quando o curador era uma espécie de protetor, hoje ele assume cada vez mais o papel de estabelecer conexões, de estabelecer sentidos. Talves ela seja hoje uma atividade menos individual e mais de equipe. Penso que a curadoria deve ser pensada em torno a algo semelhante à inteligência distribuída, de comunidades de curadoria. O jornalismo pode ter um papel nesta função, mas não apenas nela. Não basta oferecer o link, é necessário oferecer também um trabalho de busca das melhores opções e de aproximação destas opções com os interesses do público alvo. Mas não se limitar apenas ao que a audiência diz que deseja. É importante oferecer também aquilo que o público ainda não viu ou não percebeu.

P - Como você diferencia o trabalho de curadoria do trabalho de edição, ou do trabalho de um tutor?

R - O tutor de informação, na minha opinião, estaria numa posição desconfortável. Esta é uma posição que talvez não deva ser ocupada pelo jornalista. O Gillmore diz que o público sabe mais do que o jornalista, então como posso ser um tutor quando sei menos do que a audiência. Daí a inadequação de um sistema de orientação da informação, seria uma indesejável tutela informativa. O papel do jornalismo como o único personagem que tem acesso às fontes de informação e aos dados sobre a realidade está cada dia mais fragilizado. A curadoria não passa por este canal, que é um canal verticalizado. A curadoria é horizontalizada.